

# A questão do Design

(in)definições e equívocos  
entre forma, fama e função

Pedro Duarte Cortesão Monteiro

Tese elaborada para obtenção do grau de Doutor em Design

Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa  
Lisboa · 2014

Orientadora

Doutora Maria Leonor Morgado Ferrão de Oliveira  
Professora Auxiliar da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Co-orientador

Designer Henrique Frederico Cantiga Cayatte  
Professor Auxiliar Convidado da Universidade de Aveiro

Constituição do Júri

Presidente

Reitor da Universidade de Lisboa

Vogais

Doutor Fernando José Carneiro Moreira da Silva  
Professor Associado com Agregação da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Doutor Luís Manuel Aires Ventura Bernardo  
Professor Auxiliar com Agregação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

Doutor Manuel Augusto Soares Mendes  
Professor Auxiliar da Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto

Doutor João Paulo do Rosário Martins  
Professor Auxiliar da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Doutora Maria Leonor Morgado Ferrão de Oliveira  
Professora Auxiliar da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

Designer Henrique Frederico Cantiga Cayatte  
Professor Auxiliar Convidado da Universidade de Aveiro





Este trabalho foi composto pelo seu autor usando as fontes Minion Pro, para o corpo do texto e Frutiger LT 45, para as legendas e títulos de capítulos.

A fonte Minion Pro é da autoria do designer de tipografia americano Robert Slimbach (1956- ).

A fonte Frutiger LT 45 Light pertence a uma família tipográfica desenhada pelo designer de tipografia suíço Adrian Frutiger (1928- ).

À memória do meu Avô, que me mostrou o design



## **Agradecimentos**

À Universidade de Lisboa por ter aceitado e acolhido este projecto de investigação em Design.

À Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa, na pessoa do Prof. Fernando Moreira da Silva, director do Curso de Doutoramento em Design. Pela forma como fui recebido, pelas condições que me proporcionaram enquanto estudante desta casa, pelo ambiente estimulante e muito generoso. Ao Prof. Fernando Moreira da Silva, particularmente, pelo empenho total, pelo entusiasmo inquebrantável, pela atenção e amizade. Pela atenção que sempre dedicou ao desenvolvimento do meu trabalho e ao modo como sempre se empenhou para que este chegasse a bom porto, mas também pela incansável e inestimável dedicação à causa da promoção do design e da construção de um sólido corpo de saber na disciplina. O design português ficar-lhe-á reconhecido.

À minha orientadora e querida amiga, Prof<sup>a</sup> Leonor Morgado Ferrão, pela disponibilidade incondicional, o enorme estímulo que sempre me deu, convencendo-me, nas alturas de desânimo, de que eu era capaz de mais do que dizia. A ela devo o facto de que haja agora estas palavras para ler. Não é coisa pouca e é muito mais do que aquilo que aqui lhe possa agradecer.

Ao meu co-orientador, Prof. Henrique Cayatte, pela sua constante disponibilidade, que muito me culpo de não ter sabido aproveitar melhor.

Ao Prof. Juan Mozzicafreddo que numa primeira versão deste projecto de investigação me orientou com grande empenho, rigor e saber, e a cujo interesse não soube responder como teria gostado. Para que nem tudo se perca, espero ainda poder retribuir escrevendo num futuro próximo uma parte daquilo que ficou por escrever.

À Fundação para a Ciência e Tecnologia por ter considerado o projecto que submeti merecedor de uma bolsa de investigação que, depois, por razões profissionais, me vi forçado a não aceitar.

Ao CIAUD, Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design da FA/UL pelo apoio financeiro concedido para a apresentação de comunicações em encontros nacionais de design.

À Universidade Lusíada de Lisboa, nas pessoas dos directores da Faculdade de Arquitectura e Artes com quem tive até hoje a honra e o prazer de trabalhar: o Prof. Joaquim Braizinha, o Prof. Alberto Reaes Pinto e Prof. Horácio Bonifácio. De todos eles sempre recebi palavras de estímulo para fazer a tese e de genuíno interesse pelo seu progresso.

À Faculdade de Arquitectura na pessoa do João Paulo Martins pelas estimulantes conversas, por sempre ter estado disponível para debater comigo e, sobretudo, por ter confiado em mim para leccionar na licenciatura em Design da FA.

Ao Centro Português de Design, e a todos os que lá serviram, com genuína dedicação, a causa da promoção do Design. Este trabalho coincidiu com o fim anunciado daquele que foi o único instrumento de promoção do design em Portugal nas últimas três décadas. O seu encerramento é a confirmação, que não se desejava, de muito do que adiante se diz.

A todas as outras pessoas que envolvi nessa primeira versão da tese e que, de algum modo, desiludi ao não levar essa linha de investigação até ao fim. Em particular à Madalena Figueiredo que, apesar da doença, se mostrou sempre disponível para me receber e conversar sobre o Concurso Jovem Designer. Lamento não poder ter contribuído para a preservação da história desse projecto fundamental na promoção do design em Portugal. Estou certo que outros se encarregarão de o fazer. A memória da Madalena Figueiredo merece que assim aconteça.

Ao Paulo Maldonado por me ter permitido descobrir o gosto de dar aulas ao convidar-me, há quase vinte anos, para participar no arranque da Licenciatura em Design da U.L. Estar-lhe-ei para sempre grato por isso. Apesar das indefinições e dos equívocos tem sido uma bela aventura.

Aos meus colegas da Universidade Lusíada em particular àqueles que me têm acompanhado nesse percurso, já longo, da licenciatura. Ao Rui Dias pela ajuda com as aulas na fase mais crítica.

Aos meus colegas Filipe Gonzalez e Joana Machado pela ajuda com os inquéritos. Aos funcionários da U.L. que sempre estiveram disponíveis para ajudar. Em particular ao incansável Dr. Helder Machado, sempre acessível e solícito, aos funcionários da

reprografia João Ramos, António Colela e João Pedro Romão pela ajuda com as impressões em momentos diversos.

Aos meus colegas da Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, que se interessaram pelo meu trabalho e que na medida do que podiam, também me ajudaram, muito especialmente à Rita Almendra pela amizade e pela disponibilidade decisiva na fase final.

Aos meus colegas do 3º Curso de Doutoramento da FA-UTL cujo interesse e motivação foram sempre essenciais, e em particular àqueles que acompanharam mais de perto o meu trabalho, e que me ajudaram, discutindo-o, sugerindo pistas e incentivando-me. À Teresa Cabral pela amizade e generosidade.

Evoco a memória do Gonçalo Cardoso Dias, tão prematura e inesperadamente desaparecido.

Aos professores que me marcaram e que recordo diariamente quando tento, sem grande sucesso, replicar alguma coisa do que aprendi com eles. À memória do meu mestre e amigo Henrique de Carvalho.

Aos muitos amigos que ao longo dos anos mostraram genuíno interesse pelo meu trabalho e pouco mais ouviram do que uma resposta evasiva e pouco simpática.

Ao André Lepecki, meu velho amigo, sempre interessado, sempre entusiasta, que, embora muito longe, se manteve sempre por perto e disponível, e que só não ajudou mais porque eu não deixei.

À Susana Oliveira, pela generosidade com que apoiou o meu trabalho, pelas preciosas sugestões e muito pertinentes objecções, pelos livros emprestados e, sobretudo, pela amizade antiga.

Ao Carlos Bártolo, companheiro desta e de tantas outras travessias. Sempre disponível, sempre amigo. Não há como agradecer ou retribuir tudo. São raras as pessoas assim.

À Maria Carlos e ao Álvaro. À família toda. Obrigado por estarem sempre aí.

À minha mãe e à minha irmã (que, para além de tudo aquilo que não se tem como agradecer, também ajudaram com traduções e revisões...)

À Laura, à Maria e à Rita.

À Teresa. (Prometo-vos nunca mais fazer uma destas.)

*Boa nova, não caí na cova  
Boa nova, ninguém sabe o que eu passei  
Boa nova, é só mais esta sova  
Boa nova, pelos amigos que eu estraguei*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> E a todos os que, sem saberem, me acompanharam na solidão térrea do 1<sup>a</sup>. Em particular ao R. Zimmermann (1942-) e ao B. Fachada (1984-), os mais persistentes, que me iluminaram os dias em que me apetecia mais escrever qualquer coisa sobre eles do que estar mergulhado nestes equívocos e nas minhas indefinições.





***The only important thing about design is how it relates to people.***

Victor Papanek, 1971

*It is to be noted that when any part of this paper appears dull there is a design in it.*

Sir Richard Steele, 1709

## RESUMO

A presente tese pretende ser um contributo para alterar a compreensão pública do design, desfazendo alguns equívocos que limitam o âmbito da sua intervenção e tolhem a eficácia da sua acção.

Efectivamente, ao mesmo tempo que tem cada vez maior presença nos media, na publicidade, no discurso de outras disciplinas do pensamento ou no jargão profissional das mais diversas áreas, parece que, paradoxalmente, o design continua a ser vítima de um profundo desconhecimento sobre a sua real natureza, os âmbitos da sua intervenção, o seu desígnio. Tolhido entre as suas múltiplas manifestações (*forma*) e a sua reputação (*fama*), o design falha sucessivamente na capacidade de comunicar toda a importância da sua *função*.

Do mesmo modo, ao mesmo tempo que vai ganhando uma tímida respeitabilidade na academia — onde consistentemente se tem vindo a construir um corpo de conhecimento sobre os seus muito diversos domínios — também aí parece perdurar uma irreductível ignorância sobre a importância do tema que motivou esta investigação. Nesta condição, simultaneamente omnipresente e reiteradamente ignorado, o design está e não está no quotidiano das pessoas. Oscilando entre o instrumental e discreto e o fútil e conspícuo, parece ser o design, tantas vezes, a impor-se a si mesmo essa condição de incompreendido.

Para os que, como nós, acreditam no carácter decisivo do design como factor transformador da sociedade, ajudar a compreender e, se possível, a desfazer alguns destes equívocos é algo prioritário.

*A questão do design*, de que se ocupa esta tese, é a que se relaciona com a raiz de todos esses paradoxos — na polissemia de *design*, na (in)determinação das suas origens, nas forças contrárias da sua genealogia, nas ideologias conflitantes que o movem. *A questão do design* é também sobre a forma como tais paradoxos se traduzem nas manifestações do design, e, em última análise, na extrema dificuldade da sua afirmação. *A questão do design* é, então, a da compreensão do design, a da comunicação do design, a da afirmação do design.

## PALAVRAS-CHAVE

Design

Conscientização para o Design

Definições

Percepção pública

Design e sociedade

## TITLE

*The design question: in-definitions and mis-understandings  
between form, fame and function*

## ABSTRACT

This dissertation aims to be a contribution in changing the public's understanding of design, dispelling some misconceptions that limit the scope of its intervention and hamper the effectiveness of its action. Trapped between its form and its fame, design seems to fail in communicating the relevance and scope of its function.

Indeed, while design's presence in the media, in advertising, in other theoretical disciplines' discourse, in the most diverse fields' professional jargon keeps growing, it seems that, paradoxically, design continues to be the victim of a profound lack of knowledge about its real nature and the nature of its actions. Stuck between its shapes (*form*) and its reputation (*fame*), design seems to fail to convey the full scope and importance of what should be its *function*: to change things for the better, and through such change, to make life better.

Just as, even if very slowly, design keeps gaining a timid respectability in academia – where a body of knowledge on design's multiple fields is being consistently built - there also seems to linger an irreducible lack of information about the importance of the topic in those same circles. Under this condition, both ubiquitous and repeatedly ignored, design seems to be both present and absent in in quotidian life. Oscillating between the instrumental and unobtrusive on one hand, and the futile and con-

spicuous on the other, design seems very often to inflict itself this condition of something trapped in misunderstanding.

This dissertation proposes that to believe in design's function as decisive factor in transforming society, helping understanding and clarifying some of these misconceptions, is something of a priority at this moment in time.

*The design question* addresses all that relates to the roots of such paradoxes — the polysemy of design, the (in)determination of design's origins, the opposing forces in its genealogy, the conflicting ideologies that drive it. *The design question* is also about the way such paradoxes are reflected in design by-products and, ultimately, in the extreme difficulty of its affirmation as a major driving force.

*The design question*, then, is about the understanding of design, the communication of design, the affirmation of design.

## KEYWORDS

Design

Design awareness

Definitions

Public Perception

Design and Society

## ÍNDICE GERAL

<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
a. Contextualização .....	1
b. Problemática .....	8
b.1. Objectivos .....	9
b.2. Benefícios .....	10
c. Questões de investigação e hipótese .....	12
d. Metodologia .....	13
e. Sobre o título .....	16
f. Estrutura da Tese .....	19
g. Opções de redacção e formatação .....	20
g.1. Sobre algumas opções de ortográficas e terminológicas .....	20
g.2. Sobre as traduções .....	21
<b>1. A questão do design .....</b>	<b>25</b>
1.1. Um caso singular? .....	25
1.2. A questão da arte .....	33
1.2.1. O sistema das artes .....	34
1.2.2. Definir arte .....	55
1.3. O fosso entre design e arte (e uns sítios no meio) .....	87
1.3.1. Uns sítios no meio .....	93
1.3.2. De lá para cá: arte ≠ design .....	99
1.3.3. De cá para lá: design ≠ arte .....	108
1.3.4. Outros objectos ansiosos .....	121
1.4. Sumário .....	137
<b>2. Entre forma, fama e função .....</b>	<b>145</b>
2.1. FORMA / (in)definições .....	150
2.1.1. Design e aquilo que designa .....	151
2.1.2. A promessa da função .....	159



2.1.3. Definições .....	168
2.1.4. A questão das origens.....	183
2.2. FAMA / equívocos.....	205
2.2.1. Um caso exemplar .....	215
2.2.2. Uma situação existente / perspectiva 1 .....	221
2.3. FUNÇÃO .....	231
2.3.1. O poder do design.....	241
2.3.2. O design do poder.....	243
2.3.3. Um caso normal.....	247
2.3.4. Uma situação existente / perspectiva 2 .....	261
2.4. Sumário .....	272
<b>3. Considerações finais.....</b>	<b>279</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>285</b>
<b>Anexos</b>	
INQUÉRITO 1 .....	A 3
1: 1- Síntese Global.....	A 5
1: 2- Síntese Parcial ('alunos de Design') .....	A 25
1: 3- Síntese Parcial ('alunos restantes cursos').....	A 41
1: 4- Síntese Parcial ('alunos de Arquitectura').....	A 57
1: 5- Guião do inquérito .....	A 73
INQUÉRITO 2 .....	A 83
2: 1- Síntese Global.....	A 85
2: 2- Síntese Parcial ('designers juniores') .....	A 107
2: 3- Síntese Parcial ('designers seniores') .....	A 127
2: 4- Síntese Parcial ('designers de moda').....	A 149
2:5- Síntese Parcial ('designers de interior/ambientes').....	A 169
2:6- Síntese Parcial ('outros designers') .....	A 189
2: 7- Guião de inquérito .....	A 211

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Fig. 1   Esquema de <b>Ricciotto Canudo</b> representando o Cinema como a arte que funde as outras seis, aqui agrupadas em dois conjuntos: à esquerda a Arquitetura, a Pintura e Escultura, e, à direita, a Música com a Pintura e a Dança.	52
Adaptação de original encontrado na fonte: <a href="http://fgimello.free.fr/enseignements/metz/textes_theoriques/canudo.htm">http://fgimello.free.fr/enseignements/metz/textes_theoriques/canudo.htm</a>	
Fig. 2   <b>Kurt Schwitters</b> (1887-1948), <i>Miss Blanche</i> , colagem, (15.9 x 12.7 cm), 1923. [Col. Privada]	58
Fonte: <a href="http://thethinkingi.blogspot.pt/2006/10/schwitters-kunst.html">http://thethinkingi.blogspot.pt/2006/10/schwitters-kunst.html</a>	
Fig. 3   <b>Andy Warhol</b> (1928-1987) <i>Brillo Soap Pads</i> , serigrafia sobre contraplacado (50x50x43 cm), 1964-69	75
Fonte: <a href="http://christiesauctions.tumblr.com/post/22380148070/andy-warhol-brillo-soap-pads-post-war-and">http://christiesauctions.tumblr.com/post/22380148070/andy-warhol-brillo-soap-pads-post-war-and</a>	
Fig. 4   <b>Richard Long</b> , <i>A line made by walking, England</i> , 1967	80
Fonte: <a href="http://www.richardlong.org/Sculptures/2011sculptures/linewalking.html">http://www.richardlong.org/Sculptures/2011sculptures/linewalking.html</a>	
Fig. 5   <b>Robert Barry</b> (1936-), “All the things I know but of which I am not at the moment thinking — 1:36 PM; June 15, 1969”, diversos suportes, dimensões variáveis, (1969-)	83
Fonte: <a href="http://www.ritterzamet.com/new/#artists/view/robert-barry">http://www.ritterzamet.com/new/#artists/view/robert-barry</a>	
Fig. 7 <b>Richard Hamilton</b> , <i>Toaster</i> , 1967, Serigrafia e poliéster sobre litografia, 787 x 584 mm Tate Gallery, Londres	94
Fonte: <a href="http://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-toaster-p04253">http://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-toaster-p04253</a>	
Fig. 8   <b>Richard Hamilton</b> , capa do disco “The Beatles”, <i>The Beatles</i> , 1968	96
Coleção do autor	
Fig. 10 (esq.)   <b>Franz West</b> , <i>The Ego and the Id</i> , Escultura / Intervenção urbana, Central Park, N. Iorque, 2008	101
Fonte: <a href="http://www.theguardian.com/artanddesign/2012/jul/27/franz-west">http://www.theguardian.com/artanddesign/2012/jul/27/franz-west</a>	
Fig. 11 (dir.)   <b>El Último Grito</b> , <i>Mobiliário efêmero / Intervenção urbana</i> , Cidade do México, 2013	101
Fonte: <a href="http://www.designboom.com/design/mexico-city-seating-installation-by-el-ultimo-grito-11-01-2013/">http://www.designboom.com/design/mexico-city-seating-installation-by-el-ultimo-grito-11-01-2013/</a>	
Fig. 12   Capa do catálogo da exposição “Design ≠ Art: Functional Objects From Donald Judd to Rachel Whiteread”, 2004, com uma imagem da cadeira <i>Corner Chair</i> (1989) de Donald Judd.	103
(Bloemink, 2004)	
Fig. 13   <b>Graydon Parrish</b> / <b>Mikhail Simkin</b> , “Donald Judd, or Cheap Furniture?”	107
Fonte: <a href="http://reverent.org/donald_judd_or_cheap_furniture.html">http://reverent.org/donald_judd_or_cheap_furniture.html</a>	
Fig. 14   <b>Bruno Munari</b> , <i>Concavo-convessi</i> , malha metálica, 1947	111
(Munari, 1994 [1971], pp. 40-41)	
Fig. 15   <b>Charles Eames</b> , “Solar Do-(it-yourself) nothing machine”, 1957 (reconstituição do original por Edgar Orlaineta, 2009-2011)	112
Fonte: <a href="http://architizer.com/blog/eames-solar-do-nothing-machine/">http://architizer.com/blog/eames-solar-do-nothing-machine/</a>	
Fig. 16 (esq.)   <b>Alexander Calder</b> , <i>Mobile</i> , 1932 (Londres, Tate Modern)	113
Fonte: <a href="https://www.tate.org.uk/art/artworks/calder-mobile-l01686">https://www.tate.org.uk/art/artworks/calder-mobile-l01686</a>	
Fig. 17 (dir.)   <b>Lucienne Day</b> , <i>Olive Calix</i> , tecido, 1951 ( <i>Heal Fabrics</i> )	113
Fonte: <a href="http://www.culture24.org.uk/art/design/art352648">http://www.culture24.org.uk/art/design/art352648</a>	
Fig. 18   <b>Charles e Ray Eames</b> , <i>Blacktop</i> , curta-metragem (fotogramas), 1952	115
(Eames, 1952)	
Fig. 19 (esq.)   <b>Pablo Picasso</b> , “Cabeza de toro”, escultura, ( <i>ready-made</i> ), 1942	117
Fonte: <a href="http://www.ciclosfera.com/noticia-ciclismo-urbano-473-ciclosfera7-ultimtum">http://www.ciclosfera.com/noticia-ciclismo-urbano-473-ciclosfera7-ultimtum</a>	

- Fig. 20 (dir.) | **Achille e Pier Giacomo Castiglioni**, banco “Sella”, esboços (com referência ao ready-made de Picasso no canto inferior esquerdo), 1956 117  
Fonte: <http://www.achillecastiglioni.it/vf/id-30b.jpg>
- Fig. 22 | **Achille e Pier Giacomo Castiglioni**, banco “Sella”, 1957 119  
Fonte: <http://www.achillecastiglioni.it/vf/id-30a.jpg>
- Fig. 23 (esq.) | **Joe Chair**, De Pas, D’Urbino e Lomazzi, 1970 122  
Fonte: <http://fearsandkahnblog.wordpress.com/2013/09/14/a-chair-that-fits-like-a-glove-the-joe-chair/>
- Fig. 24 (dir.) | **Gruppo Strum**, Pratone, 1971 (Gufram) 122  
Fonte: <http://www.design-museum.de/en/collection/100-masterpieces/detailseiten/pratone-gruppo-strum.html>
- Fig. 25 (esq.) | **Alessandro Mendini**, Poltrona di Proust, 1978 (Studio Alchimia) 123  
Fonte: <http://www.design-museum.de/en/collection/100-masterpieces/detailseiten/poltrona-di-proust-alessandro-mendini.html>
- Fig. 26 (dir.) | **Archizoom**, Divano Safari, 1967 (Poltronova) 123  
Fonte: <http://www.davisefranceschini.it/?p=245>
- Fig. 27 | **Ettore Sottsass / Memphis**, peças de vidro Niobe, Cinira, Imera, Astimelusa, Neobule e Malide, 1986 125  
Fonte: <http://memphis-milano.tumblr.com/post/32760280856/1986-sottsass-glass-designs-niobe-cinira-imer>
- Fig. 28 (esq.) | **Dieter Rams / Jürgen Greubel**, espremedor de citrinos eléctrico MPZ 22, 1972 (Braun) 126  
Fonte: <http://www.vs.de/designpartner/en/>
- Fig. 29 (dir.) | **Philippe Starck**, Juicy Salif espremedor de citrinos manual, 1990 (Alessi) 126  
Fonte: [http://www.indish.co.uk/product/juicy\\_salif\\_citrus\\_squeezer/](http://www.indish.co.uk/product/juicy_salif_citrus_squeezer/)
- Fig. 30 | **Philippe Starck**, Flos Gun Table Lamp, candeeiro, 2005 (Flos) 128  
Fonte: [http://www.flos.com/decorative/en/products/table/Guns\\_Table\\_Gun](http://www.flos.com/decorative/en/products/table/Guns_Table_Gun)
- Fig. 31 (esq.) | **Ron Arad**, early production Bookworm bookshelf, aço, 1994 (Ron Arad associates) 131  
Fonte: <http://images.artnet.com/webservices/picture.aspx?date=20110315&catalog=220957&gallery=110895&lot=00215&filetype=2&maxwidth=430&height=430&resize=1>
- Fig. 32 (dir.) | **Ron Arad**, Bookworm Bookshelf, PVC, 1997- (Kartell) 131  
Fonte: <http://kartellstorela.com/shop/bookworm/>
- Fig. 33 | **Ron Arad**, Bouncing vases, protótipos feitos por SLS, 1999 132  
Fonte: <http://www.glenwoodnyc.com/manhattan-living/ron-arad-exhibition-at-the/>
- Fig. 35 | “Parede tipográfica” na ELISAVA aquando da acção “Design in question”, Barcelona, 2009 146  
(Baur, 2012, s/n.p.)
- Fig. 36 | Verbete da palavra design no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 156  
(Houaiss, 2002, p. 1290)
- Fig. 37 | Traduções automáticas da palavra design em várias línguas europeias usando o serviço de tradução Google. A tradução portuguesa resultante é projecto (que coincide com uma das hipóteses de tradução preferidas pelos designers portugueses, a avaliar pelas respostas ao nosso inquérito). 157  
Fonte: <http://ukdataexplorer.com/european-translator/?word=design>
- Fig. 38 | Verbete da palavra design no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 159  
(Houaiss, 2002, p. 1290)
- Fig. 39 | **William Middlebrook**, slide-on paper clip, aço, 1890 167  
(Antonelli, 2005, p.193)
- Fig. 40 | **Enzo Mari**, desenho do livro Autoprogettazione (1974) 174  
(Mari, 1974, s/n.p.)

- Fig. 41 | *Um exemplo das muitas ocorrências da palavra design em contextos inesperados. Letreiro de uma marcenaria na Ajuda, em Lisboa.* 210  
Fotografia do autor.
- Fig. 42 | *Notícia do jornal inglês The Guardian de 1 Fev. 2012 (imagem do sítio) sobre o roubo de um bloco de cinco toneladas de gelo de um glaciar na Patagónia para produção de “designer ice cubes”.* 212  
Fonte: <http://www.theguardian.com/environment/2012/feb/01/glacier-thief-arrested-ice-cubes>
- Fig. 43 | *Boca do Lobo, cofre para jóias Warsaw, 2013 (imagem do sítio da empresa de Dezembro de 2013)* 217  
Fonte: <http://designlimitededition.com/limited-edition-furniture-an-historical-safe/> [link desactivado]
- Fig. 44 | *Boca do Lobo, imagem do sítio da empresa, com o cofre Warsaw agora designado Bohème, junto a outros produtos da linha Private Collection (imagem de Fevereiro de 2014).* 218  
Fonte: <http://www.bocadolobo.com/en/private-collection/>
- Fig. 45 | *Capa da revista Time de 31 out. 1949 com a legenda “Designer Raymond Loewy. He streamlines de sales curve.”* 233  
Fonte: <http://www.fusion-journal.com/issue/002-fusion-the-limits-of-virtuality/the-media-trade-in-virtual-design/>
- Fig. 46 | *Mulheres indianas transportando lotas. Fotografia de Charles Eames, Índia, 1958.* 236  
Fonte: <http://www.loc.gov/exhibits/eames/images/uc9695.jpg>
- Fig. 47 | *Distribuição de água no Corno de África, 2011.* 240  
Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/2011\\_East\\_Africa\\_drought](http://en.wikipedia.org/wiki/2011_East_Africa_drought)
- Fig. 48 | *Piet Hendrikse, Q Drum, barril de polietilenos de baixa densidade com capacidade para transportar 50 litros de água.* 240  
Fonte: <http://greenupgrader.com/3934/q-drum-human-water-transportation-made-easier/>
- Fig. 49 | *O boletim de voto modelo “butterfly” de Palm Beach County (2000). O segundo furo correspondia ao voto no “ticket” do Partido Reformista (Pat Buchanan / Ezola Foster), e não no “ticket” do Partido Democrata (Al Gore / Joe Liberman) segundo na lista da esquerda.* 242  
Fonte: <http://img2.iwascoding.com/0/paid/2013/12/26/44/BEDED411BFB2422585AE911376E25A9E.jpg>
- Fig. 50 | *Desfile militar em Pyongyang* 245  
Fonte: <http://www.defencetalk.com/north-korea-test-fires-4th-short-range-missile-47843/>
- Fig. 51 | *Quadro síntese - Ocorrências da palavra “design”, e de termos relacionados, nos textos de programas e manifestos eleitorais das forças políticas com representação parlamentar concorrentes às eleições legislativas de 5 de Junho 2011.* 252  
(Monteiro, 2011)
- Fig. 52 | *Portal “e-fatura” do Ministério das Finanças (2014)* 255  
Fonte: <https://faturas.portaldasfinancas.gov.pt/home.action>
- Fig. 53 | *Government Digital Service, Imagem do portal do governo do Reino Unido, Design of the Year 2013* 257  
Fonte: <https://www.gov.uk>
- Fig. 54 | *Recorte do semanário Expresso de sobre as ofertas de cadeiras de “desing” [sic] a várias personalidades famosas.* 259  
Fonte: <http://expresso.sapo.pt/uma-cadeira-a-medida-de-cavaco-silva=f738408>



## Introdução

---

### a. Contextualização

*De que falamos quando falamos de design?*

Talvez pareça fácil e pouco avisado abrir este texto, assim, com uma frase feita. A verdade é que naquela formulação gasta, na interrogação genérica, se encerra grande parte das questões que motivaram este trabalho.

O recurso retórico remete para os vários discursos sobre design, mas também para a *vox populi* e para o senso-comum. Para uma ideia de transmissão oral, veículo por excelência para frases e ideias feitas, para rumores de boa e má-fama, para o contágio, por via aérea, de todas as incompreensões e equívocos. *Language is a virus*, escreveu William S. Burroughs (e cantou Laurie Anderson) — nas palavras os problemas e as soluções.

Esta tese é o ponto de chegada de um percurso pessoal no âmbito do Curso de Doutoramento em Design da Faculdade de Arquitectura da UTL, que não foi — longe disso — linear ou isento de sobressaltos. Porém, até nesse percurso e no contexto em que ocorreu, podemos encontrar algo de relevante sobre a pertinência do nosso tema.

No seu início, tínhamos o propósito de fazer uma reflexão sobre as políticas públicas de design no Portugal democrático. Essa reflexão teria como marco temporal inicial o ano de 1986. Por ser esse o ano da adesão à Comunidade Económica Europeia; por ser a data do início de actividade daquele que seria, a partir dessa data, o instrumento por excelência da política de estado sobre design — o Centro Português de Design (CPD); e por coincidir com a primeira edição do Concurso Jovem Designer, evento de promoção do design e dos jovens designers portugueses, iniciativa de um organismo estatal de promoção do comércio externo, o ICEP<sup>1</sup>.

Vicissitudes várias afastaram-nos desse território, a menor das quais não terá sido certamente um irreprimível desencanto com a progressiva desacreditação das políticas públicas e o seu consequente dismantelamento (ainda em curso e, aparentemente, irreversível). Alguns dirão que, precisamente por isso, talvez fosse este o momento de resistir, reafirmando a crença na importância do Estado e na premência de uma política pública de Design. Terão provavelmente razão. Mas a verdade é que o percurso de um doutoramento já tem obstáculos suficientes e dispensa bem um escolho adicional na forma de uma “conspiração política”. Assim, ao longo deste tempo, assistiríamos ao fim

---

<sup>1</sup> Designação, à época, do actual AICEP.

do que seria um objecto fundamental daquele estudo: o Centro Português de Design, que a 31 de Maio de 2013 encontrou o destino há muito anunciado, apanhado na vaga inexorável de “emagrecimento e racionalização do Estado”. Tivéssemos continuado com aquela investigação e ter-se-ia dado a circunstância, sempre penosa, de começarmos a estudar uma coisa viva, mesmo que fragilizada, e a meio do caminho assistirmos ao seu desaparecimento. Uma perda tanto mais grave, quanto o CPD, por onde passaram algumas das mais importantes figuras do design português, desapareceu sem que, como também tem sido regra, se tivesse proposto outro instrumento para desempenhar o papel que lhe estava destinado. Não se deitou apenas fora o instrumento; acabou-se com a função.

A extinção do único organismo de iniciativa estatal para promoção do design, derradeiro instrumento de uma muito vaga hipótese de crença no design por parte dos poderes públicos, é apenas mais um sinal, ainda que gritante, da deficiente percepção do valor do design. Mais grave, porque vindo de quem detém o poder e porque resulta no fim efectivo de um percurso que, embora titubeante, chegou a fazer acreditar ser possível uma efectiva mudança do papel do design na sociedade portuguesa.

É verdade que tirando os anos mais dinâmicos no início da década de noventa do século passado, e apesar de alguns desenvolvimentos recentes que permitiam supor a possibilidade da sua reanimação, a existência do CPD sempre foi conturbada e há muito que sobre ele pendia a ameaça do fim. Ainda que isso tenha sucedido sem grande surpresa para aqueles que acompanhavam a vida do organismo (e perante a indiferença generalizada dos meios de comunicação social e o silêncio das forças políticas e das discretas organizações profissionais de defesa dos



designers), não deixa de ter um significado importante que o organismo criado para promover o design na época em que Portugal aderiu à ideia de pertencer à Europa desenvolvida tenha soçobrado no preciso momento em que parece abandonar-se tal desígnio de pertença a uma ideia de desenvolvimento.

Como se o design fosse símbolo de uma coisa e o seu aniquilamento símbolo do seu contrário. Como, na verdade, é.

A ameaça deste desfecho já estava patente, por omissão, no programa do XIX Governo Constitucional. Efectivamente, nas trinta e duas mil seiscentas e dez palavras que o compunham, *design* não aparece uma só vez. Tal ausência não é uma originalidade, antes pelo contrário; mas talvez fosse legítimo esperar outra coisa de um governo que se fez eleger com base numa retórica assente nas ideias de *reforma* e *modernização*. A sua formação já dava umas pistas, porém: o ministro nomeado para a pasta da Economia — incensado nos *media* pela sua visão de um Portugal moderno — parecia ignorar em absoluto a importância ou a função do design. No blogue *Desmitos*, que manteve até à sua tomada de posse em Junho de 2011 e que ajudou a celebrar aquela visão, a palavra *design* aparecia apenas duas vezes: numa referência a propósito da necessidade de repensar o modelo das Feiras do Livro e adoptar um “design dos pavilhões menos conservador” (Pereira, 2007), e numa breve entrada sobre a competitividade do calçado nacional (Pereira, 2008). Na obra editada com que fez anunciar a sua chegada ao poder, nomeadamente em *Os Mitos da Economia Portuguesa e Portugal na Hora da Verdade*, o design tem a mesma (ir)relevância.

Ainda que indesejado, dificilmente encontraríamos exemplo mais eloquente para a urgência de demonstrar a importância do design, e para os muitos equívocos que o rodeiam e que afectam

decisivamente a sua afirmação. Efectivamente, num país em profunda crise económica, e quando os seus dirigentes políticos tantas vezes clamam a importância de apostar na competitividade através da qualificação e da diferenciação, a ignorância sobre o valor determinante do design, mais do que incompreensível, parece suicidária. E mesmo se agora, quando fazemos a revisão destes parágrafos, se anuncia no Relatório do Orçamento de Estado para 2014 — já sob a égide de outro titular da pasta — que “o Design será área de promoção prioritária no ano de 2014 a nível internacional” (p.146), assim, sem mais nada, e sem qualquer outra referência para além desta, não se vislumbra em que é que tal desígnio se materializará ou quais os instrumentos que servirão para o tornar real. Poder-se-á dizer que já não é mau sinal que o design tenha adquirido o estatuto de *slogan*, mesmo se apenas numa frase perdida e mal escrita no meio do texto do OE. Talvez não seja, de facto. Mas, sem o desenho de uma política de design, e na ausência do único organismo que, na medida do que podia, ia tentando balbuciar uns arremedos de tal coisa, teme-se que, mais uma vez, não se passe do *slogan*. Ou que, passando, nos encontremos reféns do mesmo voluntarismo ignorante que costuma confundir design com uma qualquer variação da habitual mistura de tradição e “inovação”, artesanato e “reinvenção”, nostalgia e “modernidade”, conservadorismo e “irreverência”, cacilheiros e “arte moderna”. E que, em vez de uma política de design, tenhamos no fim mais uns rótulos de vinho e umas garrafas de azeite *gourmet*, umas quantas variações em cortiça dos mais improváveis objectos, uns tantos pares de sapatos “diferentes” e umas peças de mobiliário “de design”. E que, no fim, *o ano do design* se traduza em algo tão escasso e mal formulado como aquela frase.

A par deste cenário mais amplo e desanimador, este trabalho decorreu num outro contexto de maior proximidade, mais generoso e amigável. Um contexto de sinal contrário àquele e, por isso, contraditório com o que todo aquele desleixo podia deixar antever: o do Curso de Doutoramento em Design da FA-UTL, cujo sucesso — facilmente aferível pela grande adesão a sucessivas edições e pelos muitos novos doutorados em Design que dele já resultaram — será mais um exemplo da cada vez maior relevância e presença do design na sociedade portuguesa, mesmo se estamos a falar de um meio específico, como é o da academia, que nem sempre é espelho fiel do que se passa ao nível mais alargado da sociedade. Pode dizer-se que o sucesso deste curso reflecte o peso que o design ganhou na sociedade portuguesa que, por sua vez, e ainda que com algum atraso, replica o crescimento exponencial da disciplina à escala global nas últimas décadas. Por sua vez, a multiplicidade de interesses e a grande diversidade de temas que se cruzaram no âmbito do curso e nos temas das teses, sublinham a riqueza da área, ao mesmo tempo que põem em evidência a sua complexidade mas também algumas das questões que aqui trataremos.

Essa crescente expansão do design — verificável, entre outras coisas, através de uma muito mais frequente presença da palavra *design* nos media generalistas, na linguagem publicitária ou no jargão de outras actividades — não tem bastado, aparentemente, para evitar que perdure na generalidade da sociedade, e muitas vezes entre aqueles mesmos que invocam o seu nome, uma gritante incompreensão sobre as verdadeiras natureza e função do design. Ou seja, desse contexto de crescente interesse pelo de-

sign, não parece ter resultado, correspondentemente, uma melhor compreensão da actividade ou da disciplina.

A nossa tese radica na percepção precisamente dessa situação paradoxal, centrando-se sobre esse vasto património de fama sem proveito. É o resultado de uma prolongada e contínua reflexão sobre a natureza do design que, por sua vez, tem assentado (e sido utilizada) numa já extensa prática de ensino da disciplina. Nessa prática, como na reflexão quotidiana sobre o design e as questões com ele relacionadas, não temos deixado de nos confrontar com a perplexidade de um design cada vez mais presente mas nem por isso menos incompreendido.

Move-nos, então, a vontade de procurar apurar as razões e consequências desse paradoxo; procurar perceber em que medida é verificável a existência dessas diferentes percepções do design e de que modo estas interferem, em última instância, com a efectiva capacidade do design intervir na sociedade.

A alguns poderá afigurar-se redundante a necessidade de discutir a natureza da disciplina, num momento em que esta ganha visibilidade, reconhecimento social e se começa a constituir num corpo de conhecimento significativo. Poder-se-á alegar que o design não será diferente de outras disciplinas e que um desconhecimento generalizado sobre os seus processos, âmbitos ou alcance é natural.

A objecção será legítima, mas não nos parece que haja outro caso de uma actividade cujos resultados sejam tão próximos e presentes na vida das pessoas e que, ao mesmo tempo, seja tão desconhecida. E, sobretudo, não nos parece que seja desejável que perdurem — muitas vezes entre os próprios oficiais do ofício do design, os seus especialistas — visões e manifestações tantas

vezes contraditórias e, portanto, contrárias à afirmação de uma identidade disciplinar.

Poder-se-á ainda objectar que esse generalizado desconhecimento do envolvimento do design nas actividades humanas não tem impedido que este exista e progrida. É um facto. Mas parece igualmente irrefutável que a extensão desse desconhecimento por parte dos decisores políticos e de outros poderes, tem impedido que o design cumpra com eficácia o papel fundamental que reconhecemos poder ser o seu.

Não temos a ilusão de que aqui resolveremos essas questões que há tanto tempo vêm obstando a uma clara afirmação do design. Temos, ainda assim, a expectativa de que, ao assinalar estas dificuldades, possamos contribuir para despertar a necessidade de que todos nos empenhemos num processo de clarificação e comunicação eficaz do design.

## **b. Problemática**

Foi precisamente a noção de que tão diversos entendimentos de design prejudicam gravemente a sua afirmação como factor transformador, que nos levou a centrarmo-nos nessa questão — **a percepção do design** — que está a montante daquele tema e, que deverá ser, inevitavelmente, parte fundamental daquelas políticas, se e quando um dia existirem.

Da investigação a que fizemos referência, iniciada mas não concluída, sobrou uma inquietação crescente com algumas questões que estão a montante das políticas (públicas ou outras), e de que, aliás, elas grandemente dependem: em primeiro lugar, a generalizada incapacidade dos detentores dos poderes político, institucional e empresarial, para compreender o papel fundamental que o

design pode ter para o sucesso das entidades que dirigem. Desta questão decorre logicamente uma outra que tem a ver com a reiterada ineficácia daqueles que podem e devem saber explicar-lho — os vários profissionais ligados à prática e teoria do design. O que é tanto mais estranho, quanto os designers se reclamam como especialistas na resolução de problemas — e este é um problema que há muito os afecta —, e são os profissionais mais aptos para comunicar com eficácia e clareza discursos complexos — e este, está à vista, é um discurso complexo. A existir uma chave para este problema ele residirá, então, numa clarificação da natureza do design. Essa clarificação depende, em primeira instância, dos designers e de todos aqueles (docentes, críticos, historiadores, etc.) que lidam por dentro com ele.

Para se poder fazer essa clarificação, será indispensável tornar mais evidentes as zonas de indefinição, tentar perceber o que é que no design — se alguma coisa há — permite que, sobre a sua natureza, coexistam entendimentos tão díspares e, por vezes, antagónicos.

Assim, esta investigação incide sobre as diferentes percepções de design — enquanto vocábulo, conceito, disciplina, actividade, domínio do saber —, os equívocos delas resultantes, e as consequências destes últimos para a afirmação do design como actividade fundamental para o desenvolvimento das sociedades contemporâneas.

### **b.1. Objectivos**

O objectivo principal desta investigação é o de **constituir um contributo para a afirmação do design** através da clarificação de algumas questões fundamentais relacionadas com a afirmação do

design enquanto campo, disciplina, actividade ou domínio do conhecimento.

Decorrem daquele objectivo fundamental os propósitos de

- **verificar a existência efectiva de leituras diversas dos significados e funções do design** que afectam a sua eficácia, nomeadamente confirmando se se verificam discrepâncias significativas entre as visões especializadas e as do senso-comum;
- **perceber se, a existirem, tais discrepâncias afectam a afirmação do design;**
- **perceber se os profissionais do design consideram essas eventuais dificuldades um problema;**
- e, finalmente, **perceber quem é que esses mesmos profissionais consideram poder ajudar a resolver as questões de afirmação do design.**

## **b.2. Benefícios**

Naturalmente, se o que nos move é o propósito de expor e questionar os aspectos que, no nosso entender, prejudicam a afirmação do design, haverá certamente benefícios a colher dessa exposição e desse questionamento. Atingidos aqueles objectivos, plena ou parcialmente, os benefícios decorrentes são lógicos e estão ali subentendidos: um melhor conhecimento sobre as questões que afectam a compreensão e afirmação da disciplina levará inevitavelmente a ficar mais perto de se saber o que fazer e de definir estratégias de acção.

Essas potenciais consequências ulteriores, não dependem naturalmente deste trabalho que, na melhor das hipóteses, pode constituir-se como ponto de partida para espoletar a discussão e como instrumento integrando futuras acções.

Idealmente, este trabalho deveria ter como consequências directas, uma tomada de consciência dos designers no sentido de assumirem a responsabilidade de mitigar os problemas aqui expostos. De, ao fazê-lo, se assumirem como actores principais de uma mudança de paradigma, que idealmente deveria passar pelo desenho e *implementação* de políticas de design. Mantendo-se o Estado alheado desse propósito, apesar das directivas que emanam da União Europeia ou das intenções expressas telegraficamente no OE, a primeira — e mais difícil — missão dos designers será alterar esse estado de coisas. Independentemente disso, haverá tudo aquilo que os designers, por si, sabem e podem fazer. Dando-se a circunstância feliz e rara de as competências específicas da profissão serem as ideais para actuar neste problema concreto que a afecta, depende dos designers fazer a sua parte.

Finalmente, e ainda que aqueles propósitos mais ambiciosos e que não dependem de nós não possam ser alcançados a curto prazo, haverá sempre os benefícios de proximidade: com as suas virtudes e defeitos, este trabalho será apresentado e discutido no contexto de uma faculdade em que o design não tem cessado de ganhar dimensão e importância. Poderá, se se entender que tem para isso os méritos necessários, ser a base para um debate no seu seio ou até, de forma mais abrangente, no seio da universidade (sob a forma de conferências, debates, projecto de investigação, etc). E, independentemente de virem ou não a verificar-se essas discussões mais abrangentes, é garantido que servirá o trabalho que fazemos diariamente com alunos, nas instituições em que leccionamos (há anos que somos testemunha das perplexidades que eles próprios sentem quando, ao ingressarem no



curso de Design, se confrontam com um entendimento de design diferente daquele que era o seu ou que vêem como dominante.)

### **c. Questões de investigação e hipótese**

As nossas questões de investigação partem da ideia de que existem percepções muito distintas da real natureza do design, resultantes da hibridez do design enquanto disciplina, da pluralidade do design enquanto profissão e daquilo que na sua essência é de natureza ou origem artística; e que essas diferenças de percepção (difíceis de compreender na medida em que o design e os seus produtos têm tido invulgar protagonismo nas últimas décadas nas sociedades industrializadas) se verificam essencialmente — ainda que não apenas — entre aqueles se que situam “dentro” da disciplina e aqueles que apenas a conhecem superficialmente ou de um ponto de vista exterior. Assim, as primeiras questões decorrem directamente destes pressupostos:

***As indefinições e equívocos em torno do Design afectam negativamente a percepção interna e externa da disciplina?***

A segunda ideia é de que esse défice de percepção, que não corresponde, longe disso, a um défice de exposição ou visibilidade, (como acontece, por exemplo, com algumas áreas artísticas ou ramos da ciência), é muito prejudicial à afirmação do design enquanto disciplina, e muito limitador da sua real capacidade de intervir na sociedade. Desta ideia e da questão anterior decorre, então, logicamente, a segunda questão:

*As diferentes percepções do Design, e os equívocos que delas possam resultar, dificultam a acção do design e põem em causa a sua função e eficácia?*

A nossa hipótese decorre das questões anteriormente apresentadas e do estado da arte que adiante no trabalho se apresenta:

*As indefinições e equívocos em torno do Design afectam negativamente a percepção interna e externa da disciplina, dificultando a sua função e eficácia.*

#### **d. Metodologia**

Dada a natureza fundamentalmente teórica da tese, a metodologia utilizada assentou essencialmente numa revisão da literatura fundamental das áreas confluentes com o nosso tema. No caso da bibliografia sobre filosofia da arte, constituindo-se num corpo teórico extensíssimo e que não era o centro do nosso trabalho, a dificuldade foi determinar onde parar, resistir a continuar indefinidamente embrenhados nas dobras e contra-dobras das teorias da arte. Houve, assim, que tentar encontrar o equilíbrio entre a caracterização geral da evolução das ideias concernentes à definição de um sistema de artes e à definição de arte, na medida em que elas pudessem ser úteis para a nossa questão da relação do design com esses contextos e definições. Para tal, apoiámo-nos nalguns textos base, de síntese, para definir o quadro geral, bem como nalguns textos fundamentais que pontuaram aquele percurso, nomeadamente os textos que significaram mudanças decisivas de paradigma (casos dos ensaios de Bell (1987 [1914]), Collingwood (1958 [1938]), Weitz (1956), Dickie (1969) e Levinson

(2011 [1990])). No caso da bibliografia sobre a relação de Arte com Design, consideravelmente mais curta e mais familiar, a tarefa foi mais simples, e permitiu que nos centrássemos nos textos que nos interessavam, correndo menos riscos de deixar de fora, por desconhecimento, algum autor ou texto fundamental. Destacamos os ensaios de Zimmermann (2003), Cerezo (2003) e Providência (2003) na colectânea dirigida por Anna Calvera (2003), e os capítulos sobre o tema em *The language of things* de Sudjic (2009) e *Hello World* de Rawsthorn (2013c). O mesmo se passou com o levantamento centrado na historiografia do Design, feita com o propósito de identificar constantes nas balizas temporais adoptadas pelas várias obras, ou nos textos relativos à definição de design, de que destacamos os ensaios de Flusser (1999), para além de textos fundadores como os de Dorfles (1990 [1963]), Bonsiepe (1992 [1975]), ou Maldonado (1991).

No que respeita aos aspectos terminológicos e de definição de conceitos, devem destacar-se as obras de Forty (2004) e o *Design Dictionary* do Board of International Research in Design (Erlhoff et al., 2008b). Sobre as múltiplas manifestações e implicações sociais do design, destacamos mais uma vez as já referidas obras de Rawsthorn e de Sudjic. Finalmente, foram importantes diversos ensaios sobre *design e os seus efeitos colaterais* (citando Caplan) nomeadamente as colectâneas daquele autor (2005 [1982]) e (2006), de Bayley (2000) outros dispersos por blogues e por publicações especializadas ou generalistas.

Esta revisão da literatura, e o corpo teórico que permitiu constituir, foi complementada, no que às fontes bibliográficas diz respeito, por excertos de textos não especializados, a partir de recolhas pessoais feitas ao longo do período de desenvolvimento

da investigação, e até para além dele, sobre “ocorrências” relacionadas com design nos media generalistas e noutros suportes. Importará ainda referir um outro livro — *Design in Question* (Baur et al., 2012), cuja contribuição para o nosso trabalho foi significativa ainda que pouco canónica. Como explicaremos adiante, na parte do trabalho em que mais recorremos a ele, este livro constitui uma espécie de cristalização do estado da arte do conjunto de questões que nos trouxeram até aqui. E por isso se revelou tão instrumental.

Todos aqueles textos disciplinares foram fundamentais para construir um estado da arte que, juntamente com os inquéritos que realizámos, nos permitisse comprovar a nossa hipótese.

Assim, no sentido de verificar algumas das proposições essenciais para a sua formulação, foram realizados dois inquéritos com propósitos e contextos diferentes. O primeiro visava auscultar as oscilações nas percepções públicas de design a partir de um grupo razoavelmente heterogéneo. Depois de testado com um grupo restrito de pessoas (colegas e ex-alunos) e de corrigido, foi distribuído junto do universo de alunos da Universidade Lusíada de Lisboa. A razão para a escolha da ULL prende-se com razões práticas e com o propósito de garantir a uniformidade possível da amostra utilizada, procurando assim excluir factores de distorção relacionados com questões culturais, sócio-económicas, etc. Posteriormente, com base na experiência daquele primeiro inquérito realizámos um segundo — utilizando a mesma plataforma da *SurveyGizmo* — a um grupo de profissionais do design, de áreas diferentes. Este segundo inquérito, que procurou manter uma estrutura e algumas questões em comum com o primeiro (para facilitar comparações nas respostas dos dois universos,

duplicando dessa forma a possibilidade de confrontar algumas questões), visou indagar sobre a concordância com o pressuposto da deficiente compreensão do design, da relevância que essa incompreensão teria para a afirmação do design e para o exercício da actividade profissional e, finalmente, sobre a percepção da necessidade e viabilidade de alterar essa situação e os meios para o fazer. E deste modo procurou-se validar a nossa hipótese.

### e. Sobre o título

A primeira parte do título situa a natureza da nossa problemática: “a questão do Design”, enuncia a identificação de *uma questão*, remetendo para muitas das várias acepções da palavra na língua portuguesa<sup>2</sup> — desde logo para a ideia de *tese*, mas também para as de *matéria em discussão*, *polémica*, *controvérsia* ou *pendência*. O uso da palavra *questão* transcende porém esses significados correntes, no sentido em que também remete para polémicas similares em torno da definição da arte — sendo, por exemplo, “The Art Question” o título do livro em que Nigel Warburton faz uma síntese dessa polémica —, assim como faz ressoar velhas querelas intelectuais (como por exemplo, em “a Questão coimbrã”...)

---

2 Na língua portuguesa, “**questão** s.f. (sXIV cf. FichIVPM) 1 pergunta para esclarecer algo ou testar conhecimento <respondeu a todas as q. do teste> 1.1 frase ou oração interrogativa [...] 2 p.met. assunto, matéria a examinar, a discutir [...] 2.1 tema, tese sobre qualquer assunto científico [...] 3 p.ext., objecto de conversação; assunto, capítulo, ponto 4 p.ext. dificuldade a resolver <a esfinge propôs a Édipo três q.> 4.1 polémica referente a alguma acção; disputa, controvérsia, pendência, contenda <a q. sobre a erradicação do analfabetismo ainda é preocupante> 4.2 dissidência, perturbação de relações sociais ou familiares (paira ainda o mal-estar pela q. da herança> 5 DIR.PRC conflito de interesses submetido à apreciação de um juiz; causa,demanda, litígio 6 DIR.PRC tema ou ponto principal que se aprecia ou discute q. aberta numa discussão ou debate. determinada pendência em relação ao qual ainda não se logrou solução ou entendimento consensual [...] (Houaiss et al., 2002, p3053)

O subtítulo enuncia um ponto de vista ao mesmo tempo que anuncia — ou denuncia — algumas coisa da estrutura do trabalho. Relativamente ao primeiro daqueles aspectos, ao situarmos-nos à partida entre *indefinições* e *equívocos*, assinalamos a nossa posição face ao nosso objecto. *Indefinições* e *equívocos*, não se referindo exactamente à mesma coisa, dizem respeito à natureza do problema que temos em mãos. O termo *equívoco*<sup>3</sup> diz respeito aos entendimentos diferenciados que se acredita existirem a propósito de um mesmo território disciplinar e que se suspeita são prejudiciais à afirmação do design, como se procurará constatar e demonstrar.

É aqui utilizado em várias das acepções que lhe são atribuídas, procurando significar, à vez — e se nos ativermos à definição de dicionário — algo que *não se percebe muito facilmente, que é difícil de classificar*, e muito particularmente, como adiante veremos, algo *ambíguo, que pode ser entendido em dois ou mais sentidos diferentes*.

Quanto a *indefinições* refere-se, em primeiro lugar, às contradições que emanam de muitas posturas contraditórias ao longo da história da disciplina e do próprio exercício da profissão que interferem com a sua compreensão e afirmação. Por outro lado, e

---

3 Na língua portuguesa, “equívoco adj. [...] 1 que pode ter mais de um sentido, de uma interpretação; que se pode tomar por outra coisa; ambíguo [...] 2 que não se percebe facilmente; que é difícil de classificar [...] 3 que dá origem a julgamentos morais diferentes; dúbio, duvidoso [...] 4 que desperta suspeita(s) [...] 5 LOG que, embora apresente um único significante linguístico, pode ser entendido em dois ou mais sentidos diferentes (diz-se de um conceito propositadamente polissémico no interior de uma determinada doutrina filosófica) [...] 6 efeito de equivocar-se; engano, erro 7 interpretação ambígua, sem um sentido único 8 jogo de palavras que apresentam certa semelhança no som, sendo diferentes no significado • ETIM aequivocus, a, um, ‘que tem dois sentidos, ambíguo, que causa confusão’; ver equ- e voc- • SIN/VAR como adj.: ver sinonímia de vago e antonímia de compreensível; como subst.: ver sinonímia de ambiguidade e erro • ANT categórico, claro, inequívoco; como adj.: ver sinonímia de compreensível e exacto; como subst.: ver antonímia de ambiguidade e erro • PAR equivoco(fl.equivocar); equívoca(f.equívoco[adj.]), equívocas (f.equívoco[adj.]) / equivoca, equivocas(fl.equivocar) (Houaiss et al., 2002, p1537)

por isso adoptámos o artifício de colocar entre parêntesis o prefixo, também remetem para o confronto das muitas definições que, ao longo dessa mesma história, tantos autores foram tentando. O carácter mais ou menos abrangente, mais ou menos rigoroso, mais ou menos poético de tantas e tão diversas definições, se contribuem para enriquecer o carácter plural do design, também serão certamente fonte de equívocos. Assim, nessas (in)definições procurar-se-ão tanto causas e efeitos daqueles mesmo equívocos, como tão-só diversos entendimentos do Design que podem ajudar a explicá-los.

O complemento do subtítulo — *entre forma, fama e função* —, por sua vez, situa esses equívocos onde, na história do Design, eles sempre estiveram, ou seja, na relação de dependência e tensão entre forma e função. Com origens numa remota “lei de Sullivan”<sup>4</sup> e em toda a jurisprudência subsequente assente na relação dialéctica contida no par conceptual forma/função.

Como explicaremos no ponto seguinte, a utilização desses termos é instrumental, procurando transpor-se para a lógica conceptual do trabalho a complementaridade entre os dois termos. Ou seja, os termos *forma* e *função* desempenham aqui um papel distinto daquele que normalmente lhes é atribuído: não dizem respeito à forma e função dos objectos, mas antes às do próprio design, transportando-se assim para a disciplina características que são dos (seus) objectos, a benefício do argumento. Entre estes, porém, surge um terceiro termo — *fama* — que se refere, afinal, ao território da ambiguidade, aquele onde se confrontam as diferentes percepções de Design e onde se manifestam os equívocos. A *fama* trata, então, da relação entre senso-comum e

---

4 A célebre frase de Louis Sullivan será abordada no Capítulo 2.

design, mas também da fama inconsequente de um design tão omnipresente como incompreendido.

#### **f. Estrutura da Tese**

Tal como explicamos no ponto anterior, o título da tese evidencia de forma explícita a estrutura da mesma, servindo-lhe de guião.

**A primeira parte** — intitulada “A questão do Design” —, corresponde à primeira parte do título para, contextualizando essa questão do design num contexto mais alargado, interrogar a singularidade da mesma. Na medida em que se defende que muitas das questões que se colocam (face) ao design derivam da sua natureza artística (ou daquilo que, na sua natureza, é do domínio do artístico), começa-se por se fazer uma revisitação das questões relacionadas com as definições de arte, procurando perceber-se de que modo as teorias estéticas podem ser operativas no caso do design. Porém, e na medida em que aquela relação nos parece óbvia, haverá que questionar a razão para que isso não seja de todo óbvio para os filósofos da arte, visto que, de uma forma geral, o design é (ou tem sido) excluído dessa discussão. Importa perceber de que forma o sistema das artes foi evoluindo e por que razões o design foi sendo sistematicamente excluído do seu seio. Estabelecidas as fronteiras (e ficando o design do lado de fora) não são poucas as vezes — e são-no cada vez mais frequentemente — em que a arte se aproxima do design e em que este faz o caminho inverso. A adopção, por parte de muitos designers, de estratégias próprias da arte tem aumentado a perplexidade perante o objecto, transformando-se ele próprio em objecto ansioso. Alguns exemplos particularmente significativos



da relação entre design e arte são, então, abordados no final deste capítulo.

A **segunda parte** corresponde ao complemento do título e é composto pelas várias parte daquele: **forma, fama e função**, que servirão também para que se abordem os aspectos relacionados com **(in)definições e equívocos**. Assim: **forma**, trata da definição do objecto, da sua conformação a partir dos aspectos que desde a sua origem (e a determinação das origens do design é também parte do problema...) têm sido repetidamente abordados. Faz-se uma revisão da historiografia e teoria do design, retomando os significados da palavra design, as definições da disciplina e da actividade e a questão das origens do design, directa e naturalmente dependente daquelas definições e daqueles significados. **Fama** centra-se sobre os equívocos, confrontando aquelas visões especializadas com as leituras comuns, não especializadas, do design. É neste capítulo que tratamos os resultados do primeiro inquérito, precisamente porque ele dá a medida real dessas visões díspares. Em **função** abordam-se as funções do design. O poder do design e as relações do poder com o design. Aí tratamos os resultados do segundo inquérito e a forma como os profissionais do design encaram a função do design e as suas próprias responsabilidades. Nesse sentido, será um capítulo mais político.

## **g. Opções de redacção e formatação**

### **g.1. Sobre algumas opções ortográficas e terminológicas**

Não estando este trabalho ainda sujeito à norma do Novo Acordo Ortográfico, optámos por usar a ortografia em que nos sentimos confortáveis e que nos é mais natural. O desenho das palavras também é importante e habituámo-nos a vê-las dese-

nhadas assim, a mancha das letras de *projecto* em vez das de *projeto*. Com esta opção, corremos (?) o risco de que o texto pareça datado ainda mais cedo. Ou talvez não.

Sendo o termo *design* absolutamente central desta tese nas mais diversas qualidades, é inevitável que ao longo do texto adquira diversos valores. Assim, como regra geral a palavra aparece escrita sem qualquer tipo de diferenciação do restante texto. Haverá, porém, circunstâncias em que a mesma é grafada com maiúscula inicial (nos casos em que integra designações de instituições, títulos, etc.); casos em que aparecerá em itálico (quando estiver em causa o vocábulo enquanto unidade linguística) e casos em que aparecerá entre aspas, quando estiver em causa uma utilização não disciplinar.

## **g.2. Sobre as traduções**

Sempre que possível recorremos a traduções em edições portuguesas das obras citadas na língua original. Nos casos em que não existe tradução portuguesa editada entre nós mas há outra tradução em língua portuguesa (numa edição brasileira, por exemplo) optámos por usar essa tradução. Apenas nos casos em que não existia ou não conseguimos aceder a uma tradução para português, é que optámos pela tradução livre, que se encontra sempre assinalada com [T.L.] Ainda assim convém assinalar que algumas das traduções a que tivemos acesso se encontram não em traduções integrais das obras originais, mas sim em excertos integrados noutros textos (será o caso, por exemplo, entre outros, de uma definição de Jerrold Levinson que remete para uma tradução de uma obra de Nigel Warburton, pois aparece aí citada e devidamente traduzida). Ainda que isto possa resultar confuso no que respeita à referência bibliográfica — por o mesmo

trecho aparecer referenciado a dois autores distintos (um o autor original, citado na língua original no corpo do texto; e outro, o autor da obra em que o primeiro trecho aparece traduzido, citado em português em nota de pé-de-página) — pareceu-nos ser preferível adoptar este critério, remetendo para uma tradução feita por um especialista e sujeita a revisão científica (isto é particularmente importante no domínio da filosofia quando estão em causa as traduções mais adequadas para terminologia consagrada e com valores semânticos muito precisos.)

Sem prejuízo do que anteriormente dissemos acerca das opções ortográficas, optámos por outra grafia nos casos em que citámos uma obra original brasileira. É o caso, por exemplo, das citações da *Introdução à História do Design* de Cardoso (2004).

Relativamente à norma bibliográfica, utilizamos a NP 405 e o sistema autor-data. Esta norma portuguesa, lamentável e incompreensivelmente, encontra-se cheia de gralhas e incongruências pelo que nem sempre o que lá está escrito é absolutamente incontroverso. Se problemas de redacção são graves em qualquer lei, são particularmente inadmissíveis num documento que pretende normalizar a forma de escrever correctamente documentos científicos. Ora, um exemplo dessas inconsistências é o que se refere ao sistema autor-data. Segundo o que aparece referido a páginas 45 da NP 405-1, o sistema autor-data deve ser utilizado com o apelido grafado apenas com a capitular em caixa alta — como em (Cardoso, 2004) — e apontam nesse sentido os exemplos todos inseridos na página. Todos... excepto um. E sem qualquer explicação para tal facto.

Sendo essa ocorrência a excepção à regra, interpretámos a letra da norma à luz do que cremos ser o espírito da lei e optámos pelo que nos parece ser o que está bem (também graficamente).

## Referências

- BAUR, Ruedi; BAUR KOCKOT, Vera (2012) - *Design in question : a visual proposal*. Baden: Lars Müller Publishers.
- BAYLEY, Stephen (2000) - *General knowledge*. London: Booth-Clibborn.
- BELL, Clive (1987 [1914]) - *Art*. Oxford: Oxford University Press.
- BONSIEPE, Gui (1992 [1975]) - *Teoria e prática do design industrial: elementos para um manual crítico*. Ed. rev. e actual. Lisboa: Centro Português de Design. (Design, tecnologia e gestão).
- CALVERA, Anna (2003) - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili.
- CAPLAN, Ralph (2005 [1982]) - *By design: why there are no locks on the bathroom doors in the Hotel Louis XIV and other object lessons*. 2nd ed. New York: Fairchild Publications.
- \_\_\_\_\_ (2006) - *Cracking the whip : essays on design and its side effects*. New York: Fairchild.
- CARDOSO, Rafael (2004) - *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Editora Blucher.
- CEREZO, José María (2003) - Con el arte a otra parte o cómo acabar de una vez por todas con la cultura del diseño. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 217-229.
- COLLINGWOOD, R. G. (1958 [1938]) - *The Principles of Art*. New York: Oxford University Press.
- DICKIE, George (1969) - Defining Art. *American Philosophical Quarterly*. Ano/vol. 6, n.º 3 (Jul. 1969). pp. 253-256.
- DORFLES, Gillo (1990 [1963]) - *Introdução ao desenho industrial: linguagem e história da produção em série*. Lisboa: Edições 70.
- ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim (2008) - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Board of International Research in Design, BIRD; Birkhäuser.
- FLUSSER, Vilém (1999) - *The shape of things: a philosophy of design*. London: Reaktion.
- FORTY, Adrian (2004) - *Words and buildings: a vocabulary of modern architecture*. London: Thames & Hudson.

- HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manuel de Melo (2002) - *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- LEVINSON, Jerrold (2011 [1990]) - *Music, art, and metaphysics: essays in philosophical aesthetics*. Oxford: Oxford University Press.
- MALDONADO, Tomás (1991) - *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore.
- PEREIRA, Álvaro Santos (2007) - Festival literário internacional\_votos para 2008. *Desmitos* [em linha]. [Consult. 2012-09-18]. Disponível em WWW: <url:http://desmitos.blogspot.pt/2007/12/festival-literario-internacional-votos.html>.
- \_\_\_\_ (2008) - Calçado nacional. *Desmitos* [em linha]. [Consult. 2012-09-18]. Disponível em WWW: <url:http://desmitos.blogspot.pt/2008/03/calado-nacional.html>.
- PORTUGAL. Ministério das Finanças (2013) - *Orçamento do Estado para 2014: Relatório*. [Lisboa]: Ministério das Finanças.
- RAWSTHORN, Alice (2013) - *Hello world: where design meets life*. London: Hamish Hamilton.
- SUDJIC, Deyan (2009) - *The language of things*. London: Penguin.
- WEITZ, Morris (1956) - The Role of Theory in Aesthetics. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* [em linha]. vol. 15: n.º 1, pp. 27-35. [Consult. 02-08-2012]. Disponível em WWW: <url:http://www.jstor.org/stable/427491>.
- ZIMMERMANN, Yves (2003) - El arte es arte, el diseño es diseño. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 57-74.

## **1. A questão do design**

---

### **1.1. Um caso singular?**

Será o design um caso singular de uma disciplina incompreendida ou de uma actividade particularmente desvalorizada? Ou, pelo contrário, o que se passa com o design passa-se com outras disciplinas — que, por serem relativamente jovens ou por estarem menos estudadas, são igualmente incompreendidas? E ainda que o seja na mesma medida em que outras o são, haverá alguma singularidade na forma como tal incompreensão se manifesta no caso do design? Ou resumir-se-á tudo, afinal, a uma questão de ponto de vista?

Os profissionais de cada área terão tendência para achar o seu campo de especialização ou interesse vítima particular de algum desconhecimento ou desconsideração por parte de outros profissionais ou mesmo da generalidade das pessoas. É natural que

assim seja; isto é, que ambas as coisas ocorram: que uns se sintam pouco considerados e que outros os considerem de menos. Por duas razões: por um lado porque aquilo que é central para cada um, o foco diário da sua existência, tem – para os próprios – uma importância evidente e incontestável que não admite distanciamento ou relativização. Por outro, ou pelo mesmo, porque nenhuma área, por mais importante que seja, tem – para outros que não os seus profissionais – a primazia que estes tendem a atribuir-lhe. Nesse sentido, será absolutamente natural que ocorra uma discrepância na importância atribuída ao design por aqueles que estão profissionalmente envolvidos com o design e pelos que não estão. Não será, portanto, esse desfasamento entre as visões de uns e outros que fará do design um caso singular. Serão, eventualmente, outros dois aspectos.

Quando pensamos sobre a forma como a generalidade das pessoas se relacionam com as actividades humanas, poderíamos definir, empiricamente, quatro categorias:

- uma primeira, que englobaria actividades *familiares ou explícitas*, que as pessoas conhecem por contacto directo, cuja natureza (propósitos, processos e instrumentos) conhecem razoavelmente e que respeitam em função da sua explícita utilidade na sociedade. Estarão neste grupo os ofícios ancestrais (ou deles derivados), de natureza essencialmente manual e cujos resultados materiais são visíveis e inequívocos (caso do ofício de padeiro ou de sapateiro, por exemplo);
- uma segunda, que englobaria actividades *próximas*, que as pessoas também conhecem por contacto directo, cuja natureza (propósitos, processos e instrumentos) intuem ou compreendem genericamente, e que respeitam em função da sua explícita

utilidade na sociedade e na sua própria vivência pessoal (o papel do médico ou juiz, por exemplo);

- uma terceira, que englobaria actividades *distantes*, com as quais a grande maioria das pessoas não tem contacto, cujos propósitos, processos e instrumentos desconhece e/ou não compreende, e cuja utilidade ignora, embora não tenha dificuldade em admitir, se for com elas confrontada (estariam neste caso as actividades relacionadas com a investigação científica, com áreas tecnológicas de ponta, etc.);

- e, finalmente, uma quarta “categoria” que diria respeito a um tipo de actividades que poderíamos designar por *invisíveis ou implícitas*, e cujos propósitos, processos e instrumentos a generalidade das pessoas ignora ou conhece mal, cuja utilidade desconhece ou, se chega a conhecer, relativiza, mas com cujos produtos convive inevitavelmente e de que beneficia constantemente. Enquadraríamos o design nesta categoria: a de actividades que vêem essa presença apenas parcialmente notada ou reconhecida, ainda que estando omnipresentes na vida das pessoas sob as mais diversas formas, de forma bem visível e palpável e facilmente demonstrável.

#### a. Da invisibilidade das coisas omnipresentes

Assim, a primeira singularidade do caso do design prender-se-á com esta paradoxal invisibilidade, que leva a que, apesar de omnipresente, seja ignorado. Não haverá muitas mais actividades que possam queixar-se do mesmo. Se é verdade que a arquitectura também poderá ter sido durante muito tempo (e, em certa medida, ser ainda) vítima do mesmo tipo de incompreensão, também é verdade que tem a vantagem do lastro histórico – que a legitima – e o estatuto de pertença ao olimpo das Belas-



Artes, que remete essas eventuais incompreensões para o domínio das que afectam a arte (e de que trataremos seguidamente). Por outro lado, há outros aspectos significativos que diferenciam a arquitectura do design e que podem ser decisivos no reconhecimento público de cada uma: se é verdade que ambas lidam frequentemente com o quotidiano e com o trivial, também é verdade que a arquitectura tem, de uma forma geral, um tempo (de construção e utilidade) mais prolongado, que a tornará mais presente (e consequentemente mais “relevante”) aos olhos dos cidadãos utilizadores. A arquitectura produz objectos duradouros, materializa-se frequentemente em objectos excepcionais ou monumentais e, logo, mais “visíveis”. Os objectos de arquitectura são frequentemente objecto de debate público, de polémica mediática e de reconhecimento popular.<sup>1</sup> Tudo isto, redundando (positivamente ou negativamente — não é relevante) numa exposição pública da arquitectura e dos seus intérpretes, que, finalmente, se traduz numa maior importância da disciplina e, em certa medida, da profissão. Finalmente — e talvez seja esta a diferença mais importante — porque a arquitectura é, na maior parte das vezes, aplicada ao objecto único, singular (muitas vezes duplamente singular, icónico). Isso permite que, ao contrário do que acontece com o design, mesmo os objectos “triviais” – soluções materiais de problemas quotidianos – sejam únicos e como tal considerados. A singularidade do produto da arquitectura, poderá contribuir para que a mesma seja encarada com um respeito diferente daquele que é votado a uma actividade que está associada à produção em série indiferenciada de objectos

---

<sup>1</sup> É verdade que o leigo, ainda que possa ser insensível ao papel da arquitectura no desenho da sua casa e na qualidade da sua vida quotidiana, não deixará de reagir à arquitectura de um grande edifício público, à recuperação de uma praça ou monumento da sua cidade, a um imponente estádio de futebol.

“banais”. Ou seja, se por um lado o design partilha com a arquitectura a injustiça de uma utilidade que na maior parte das vezes não é publicamente reconhecida, por outro não beneficia do *conforto* que é dado pela história; enquanto que o leigo é capaz de reconhecer uma ligação entre as construções da antiguidade e as construções contemporâneas e, por essa via, compreender a própria existência da arquitectura enquanto disciplina *que sempre existiu*, terá muito mais dificuldade em perceber uma relação (ancestral) da mesma natureza entre uma ânfora romana e a embalagem em que guarda o leite no frigorífico. Ou seja, não se estabelece a mesma conexão entre os arquétipos do design e as inúmeras cópias dos múltiplos tipos que dele derivaram e que proliferam na sociedade contemporânea. Essa dissociação não permite que o design beneficie do mesmo tipo de lastro histórico. É certo que muitas vezes o design se reclama como sendo da Idade da Pedra<sup>2</sup> — literalmente. Mas, mais uma vez, falta o reconhecimento público e generalizado de que há uma conexão entre esses gestos e objectos do Paleolítico e os gestos e objectos do quotidiano presente. Sendo verdade que o produto que resulta da actividade do design são artefactos fundamentais para a vida das pessoas, esperar-se-ia que essa essencialidade pudesse pôr o design a salvo de qualquer cepticismo sobre a sua natureza ou utilidade. Mas, pelo contrário, o design parece condenado à obscuridade ou à falta de nitidez das coisas que se vêem de longe. Esta dissonância é, em si, indiciadora dos entendimentos muito

---

2 É essa, por exemplo, a perspectiva de Andrea Branzi (1938- ), que com o seu conceito de neo-primitivismo, contesta a importância da Revolução Industrial como momento de clivagem civilizacional (Branzi, 1989). Essas duas visões do design, relacionadas de modo diverso com a mudança de paradigma produtivo, serão objecto de reflexão na segunda parte do trabalho.

distintos que existem sobre o design, que estão na base da segunda singularidade que identificamos.

#### **b. Do contorno difuso das coisas distantes**

A segunda singularidade prender-se-á com a discrepância que existe entre as visões de design daqueles que estão “dentro” e dos que estão “fora”. Como procuraremos demonstrar, não se trata de matizes, de diferenças subtis e naturais de valorização, como aquelas a que fizemos referência no início deste capítulo. Serão antes, como poderá intuir-se do ponto anterior, visões antagónicas, que se traduzem na distância que existe entre considerar uma coisa essencial ou considerá-la dispensável. Neste sentido, parece-nos, de facto, existir uma singularidade no caso do design que poderá explicar-se pelos equívocos que aqui procuraremos caracterizar e que, simultaneamente, também ajudará a compreendê-los.

A verdade é que há algumas actividades humanas que, apesar de muito presentes no quotidiano, ou não gozam de pleno reconhecimento ou não são totalmente percebidas. São actividades cuja valorização transcende apreciações de eficácia, competência, desempenho, rendimento, etc., antes estando sujeitas a interpretações e validações plenas de subjectividade. Este é, previsivelmente, o caso de todas as actividades de natureza artística. Ora, é nossa convicção que muitas das questões que subsistem em torno do design se prendem com os aspectos que o relacionam com a arte (mesmo se, como adiante veremos, o design nunca fez parte das actividades reconhecidas como arte). Ou, dito de outro modo, é a subjectividade que o design, como a arquitectura, partilha com (ou herda de) a arte, que tornam

difícil a resposta às perguntas “o que é o design?” ou “por que é design?”.

Tal como se passa com a arquitectura, é no campo da forma, da validação das qualidades da forma, que se manifesta a subjectividade. Retomando a trilogia vitruviana, não é na *firmitas* ou a *utilitas* que residem as dúvidas, pois essas podem ser mais objectivamente avaliadas e de forma razoavelmente segura. (Pela mesma razão, aliás, que as engenharias não suscitam questões desta índole, por operarem dentro do território mensurável da eficácia e do desempenho). O foco gerador de controvérsia será, então, sempre, a *venustas*.

São as actividades humanas que contêm na sua génese uma relação com a arte que padecem desse tipo de questões identitárias. Aquilo que poderá permitir distinguir a arquitectura de uma mera construção é, essencialmente, o mesmo que pode permitir distinguir um mero artefacto de uma obra de arte. O problema, já se sabe, está em saber que “mesma” coisa é essa.

Não adiantará, então, fazer um prolongado debate sobre o que é o design, ignorando que o mesmo já foi feito – ainda vai sendo feito – na estética, em torno da definição e conceitos de arte. Não está em questão, esclareça-se, saber se o design é (uma) arte, pois que isso não se afigura muito relevante e muito menos será operativo. Mas o caso da arte é paradigmático por ser aquele que coloca as questões mais complexas. E é particularmente útil porque grande parte (a totalidade?) das questões de subjectividade que possam afectar a definição de design, decorrem precisamente, *malgré tout*, dos genes que herdou do lado da arte (se a arte é uma família nobre, as artes decorativas são umas parentes pobres e afastadas; e o design um filho bastardo desse ramo da família com a indústria). Mas há no design, ainda assim, sufici-

entes genes da arte, para que as questões se (im)ponham. Por um lado, porque talvez se encontre aí parte da explicação para a tal névoa de incompreensão que afecta o design, e, por outro, porque importa perceber se os conceitos que se foram sucedendo no debate estético podem ser operativos se aplicados ao design.

## 1.2. A questão da arte

### a. (A lenta deriva dos continentes)

Na história das actividades humanas, a definição do território das artes assemelha-se ao lento processo de deriva dos continentes, da primitiva Pangeia — território uno das primeiras pulsões artísticas — a territórios vários, de contornos aparentemente bem definidos, mas ainda assim sempre em mutação.

O percurso até à ideia moderna de um conjunto de artes (as belas-artes, tal como seriam formalmente estabelecidas a partir do século XVIII), lento e conturbado, revela como o entendimento sobre várias coisas que hoje parecem óbvias — a relação entre as artes, a separação destas das ciências, etc. — foi sofrendo profundas alterações ao longo dos tempos. Dos entendimentos de Platão e Aristóteles até à síntese dos Enciclopedistas, assistiu-se à separação, junção e desaparecimento de territórios que, nalgum momento, fizeram parte das artes. Ao longo dos tempos, territórios houve que se elevaram, expandiram e ganharam importância; outros que contraíram ou sofreram profundas transformações da sua natureza; outros ainda que submergiram para sempre. A história dessa transformação é fundamental para compreender o actual sistema das artes e, conseqüentemente, alguns dos mecanismos que regulam a legitimação da arte e o enquadramento de disciplinas mais jovens.

A aparente estabilidade actual do sistema é, tal como na geomorfia da crosta terrestre, puramente ilusória — os movimentos são constantes e, imperceptivelmente, os continentes continuam a expandir e a contrair, a afastar-se e aproximar-se uns dos outros. Se não se nos afigura fundamental responder se, sim ou não, o design é arte, parece-nos relevante compreender o lugar e ex-

pressão do design neste sistema: como se relaciona com os territórios da arte, por que razões não integra o sistema das artes tal como ele existe, e o que pode isso dizer-nos sobre ele e sobre o próprio sistema das artes.

A verdade é que, desde as suas primeiras aparições nos mapas, ainda no século XIX, o território do design não tem cessado de crescer. O trabalho de delinear os seus contornos tem-se revelado, por isso, complexo e sempre incompleto. Só o tempo dirá se o design se autonomiza como uma pequena península, se como sub-continente ou se como uma placa continental gigante — a nova pangeia de que, desde as últimas décadas do século passado, falam alguns adeptos de uma visão maximalista e abrangente do design.

Por enquanto, continua a parecer-se com um grande continente submerso.

### **1.2.1. O sistema das artes**

Está fora dos nossos propósitos ou possibilidades fazer uma abordagem aprofundada da evolução da ideia de arte ao longo da história. Importará, ainda assim, assinalar alguns dos momentos cruciais que permitem compreender a constituição de um sistema das artes e, subsequentemente, perceber de que modo o design se foi relacionando (ou não) com ele. Claro que a menção dessa possibilidade — de uma relação do design com o sistema das artes — levanta desde logo um problema que se prende com questões que trataremos mais adiante e que dizem respeito aos múltiplos entendimentos que podem fazer-se do design. De facto, definições muito diversas de design e visões distintas sobre a sua natureza e as suas origens, implicam que, nalguns momentos, o design possa estar implicitamente incluído numa dada

configuração do sistema de artes. Aquela indefinição traz consigo a dificuldade de, a cada passo, termos que saber qual o entendimento do design que está em causa, para depois, em função dele, reflectir sobre a possibilidade de pertença do design a alguma divisão do dito sistema. Ou seja: se, por exemplo, entendermos que são do domínio do design as primeiras acções do homem pré-histórico sobre o ambiente, na produção de utensílios e de abrigos, teremos que ler todos os passos seguintes do percurso de delimitação das artes à luz desse entendimento mais abrangente do design... Deste modo, e a benefício da nossa reflexão, adiaremos as questões que se ligam a essas (in)definições para o próximo capítulo e procuraremos adoptar um critério operativo que cremos ser o único que fará sentido neste contexto. Assim, e porque ao reflectirmos sobre a relação do design com um sistema de artes (seja ele qual for) estaremos a reflectir sobre a fixação e a institucionalização de um conjunto de actividades humanas, interessará que também o design seja aqui entendido a partir do momento em que ganha reconhecimento público: quando como tal é explicitamente nomeado, ou talvez um pouco antes, quando já é objecto de discussão mesmo se ainda não se invocando o seu nome. Porque é de institucionalização que se trata, interessará também confrontá-lo com a fortuna de outras disciplinas que nasceram (essas sim, sem margem para dúvidas) mais ao menos ao mesmo tempo e na sequência da Revolução Industrial.

Mas teremos sempre que começar mais atrás.

Num ensaio intitulado “The Modern System of the Arts”, publicado em duas partes, entre 1951 e 1952, no *Journal of the History of Ideas*, em que faz uma síntese de como a ideia moderna de arte



foi sendo construída até ao século XVIII, o filósofo e académico de origem alemã Paul Oskar Kristeller (1903-1999), traça o percurso das várias actividades humanas ao longo dos tempos, e o modo como elas vão sendo diferentemente agrupadas pelos pensadores nas diversas épocas, demonstrando como os conceitos clássicos de arte, ainda que naturalmente fundamentais por serem basilares, estão muito distantes do que viria a ser estabelecido a partir do século XVIII, e mesmo antes, na Idade Média e no Renascimento.

*The grouping together of the visual arts with poetry and music into the system of the fine arts with which we are familiar did not exist in classical antiquity, in the Middle Ages or in the Renaissance. However, the ancients contributed to the modern system the comparison between poetry and painting, and the theory of imitation that established a kind of link between painting and sculpture, poetry and music. The Renaissance brought about the emancipation of the three major visual arts from the crafts, it multiplied the comparisons between the various arts, especially between painting and poetry, and it laid the ground for an amateur interest in the different arts.*<sup>3</sup> (Kristeller, 1952, pp.43-44)

Reportando-se à arte na Antiguidade, Kristeller sublinha como muitas leituras posteriores se afastam do sentido original dado à época a termos como “arte” ou “beleza” e do verdadeiro estatuto que as artes tinham à época<sup>4</sup>, nomeadamente o estatuto de infe-

---

3 A reunião das artes visuais com a poesia e música no conjunto do sistema de belas artes com que estamos familiarizados hoje não existia na antiguidade clássica, na Idade Média ou no Renascimento. Porém, os antigos contribuíram para o sistema moderno com a comparação entre poesia e pintura, e com a teoria da imitação que estabeleceu um tipo de ligação entre pintura e escultura, poesia e música. O Renascimento trouxe a emancipação das três artes visuais mais importantes dos ofícios, multiplicou a comparação entre as várias artes, particularmente entre pintura e poesia, e estabeleceu o terreno para um interesse amador nas várias artes. [T.L.]

4 The Greek term for Art (τέχνη) and its Latin equivalent (ars) do not specifically denote the “fine arts” in the modern sense, but were applied to all kinds of human activities which we would call crafts or sciences. (...) Ancient statements about Art and the arts have often been read and understood as if they were meant in the modern sense of the fine arts. This may in

[continua]

rioridade face aos ofícios atribuído por Platão à Pintura por, na sua função imitativa, estar um grau mais afastada do real.

Demonstrativo deste estatuto inferior é, entre outros, o facto de nenhuma destas actividades (Pintura, Escultura ou Arquitectura), ter uma musa. São actividades que dependem da prática e da repetição de acções, e não da inspiração divina, como a poesia, a música ou a dança. Apesar disso, o extraordinário valor (mais tarde) atribuído à arte clássica e a enorme influência que exerceu em toda a arte produzida posteriormente no Ocidente, terá levado a que a sua presença nos textos dos filósofos de então tenha muitas vezes sido trespida à luz dessa avaliação retrospectiva.

*When we consider the visual arts of painting, sculpture and architecture, it appears that their social and intellectual prestige in antiquity was much lower than one might expect from their actual achievements or from occasional enthusiastic remarks which date for the most part from the later centuries.*<sup>5</sup> (Kristeller, 1951, p.502)

A conclusão de Kristeller é a de que os pensadores da Antiguidade não reconheceram, porque não souberam ou não quiseram, a dimensão estética superior das obras que tinham perante si como algo autónomo, independente das suas funções primeiras:

*We have to admit the conclusion, distasteful to many historians of aesthetics but grudgingly admitted by most of them, that ancient writers and thinkers, though confronted with excellent works of art and quite susceptible to their charm, were neither able nor eager to detach the aesthetic quality of these works of art from their intellectual, moral, religious and practical function or content, or to use such an aesthetic quality as a standard for*

---

*some cases have led to fruitful errors, but it does not do justice to the original intention of the ancient writers.* (Rader et al., 1976, p116)

- 5 Quando consideramos as artes visuais da Pintura, da Escultura e da Arquitectura, parece que o seu prestígio social e intelectual na antiguidade, era muito mais baixo do que se podia esperar considerando o seu alcance efectivo e as referências entusiásticas ocasionais que datam, na sua maior parte, de séculos posteriores. [T.L.]

*grouping the fine arts together or for making them the subject of a comprehensive philosophical interpretation.*<sup>6</sup> (Kristeller, 1951, p.508)

Ainda assim, se a influência na arte ocidental é decisiva, a relação do sistema das artes contemporâneo com o da Antiguidade Clássica é muito ténue, e só pode estabelecer-se percebendo, num percurso de quase duas dezenas de séculos, os distintos valores que vão sendo atribuídos às artes.

No início da Alta Idade Média são estabelecidas as bases para uma divisão das mais nobres actividades humanas que perduraria por muitos séculos. Essa primeira divisão agrega, sob a designação de artes, actividades que a Antiguidade tinha consagrado como particularmente relevantes e que tinham ocupado os mais notáveis dos seus pensadores. Assim, num primeiro momento, continuavam excluídas do conjunto das disciplinas mais nobres aquelas que já haviam, àquela data, dado origem a algumas das mais notáveis produções humanas na Arquitectura, na Escultura ou na Literatura.

Logo no século V d.C., na obra *De nuptiis Philologiae et Mercurii*, também conhecida como *De septem disciplinis*, uma obscura mistura de prosa e verso, o erudito Martianus Capella definiria as artes liberais — representadas alegoricamente como figuras femininas com virtudes distintivas — como sendo a Gramática, a Retórica, a Dialéctica, a Aritmética, a Geometria, Astronomia e a Música. A definição de Capella seria a base para a divisão das

---

6 Temos que admitir a conclusão, desagradável para muitos historiadores de estética, admitida contra-vontade pela maioria deles, de que os escritores e pensadores antigos, apesar de confrontados com excelentes obras de arte e bastante sensíveis ao seu encanto, não foram capazes ou não quiseram destacar a qualidade estética dessas obras de arte do seu conteúdo ou função intelectual, moral, religioso e prático, ou em usar tal qualidade estética como um padrão para agrupar as belas artes ou fazer delas o objecto de uma interpretação filosófica global. [T.L.]

artes liberais que perduraria durante quase toda a Idade Média, e que abrangia sete domínios organizados segundo dois grupos e assim ensinadas nas primeiras universidades: o *Trivium*, que agregava as disciplinas ligadas à língua (Gramática, Retórica e Lógica) e o *Quadrivium*, que juntava as que se relacionavam com a matemática (Aritmética, Geometria, Música e Astronomia/Astrologia). Hoje classificaríamos seis destas artes como sendo dos domínios das humanidades ou das ciências, apenas a música pertencendo ao domínio daquilo a que chamamos arte (mesmo se Música se referia essencialmente ao estudo da composição e harmonia — assim se relacionando com a geometria e a matemática.)

Por simetria com aquela classificação, também as artes mecânicas viriam a ser agrupadas segundo sete tipos de actividade. Como explica Tatarkiewicz<sup>7</sup> (1886-1980), o condicionamento resultante dessa arrumação *ideal* tornou impossível a tarefa de

---

7 No livro de 1975 *Dzieje sześciu pojęć* (História de seis ideias), o filósofo polaco Wladislaw Tatarkiewicz (1886-1980) descreve a evolução de seis conceitos fundamentais para a compreensão dos problemas historicamente suscitados pelas reflexões de natureza estética: a beleza, a arte (definição e classificação), a forma, a criatividade, a relação (da arte) com a realidade, e a experiência estética. Embora todos os conceitos tratados por Tatarkiewicz se possam relacionar com o design (na exacta medida em que, como referimos no subcapítulo anterior, parte da natureza do design é artística, radicando nessa herança parte dos problemas de interpretação que o design suscita), há aspectos que são particularmente relevantes para o nosso tema. § No capítulo dedicado à ideia de arte, Tatarkiewicz descreve o modo como essas divisões se vão processando, de como a divisão medieval entre artes liberais e artes mecânicas deriva das ideias de arte da Antiguidade clássica e de como condiciona as divisões posteriores até à configuração de um sistema de artes próximo daquele conhecemos hoje. Se o que se passa na Antiguidade não tem grande aplicabilidade para o nosso tema, já a partir da divisão medieval das artes podemos reflectir sobre a diferente valorização de algumas actividades humanas relacionáveis com o design. De facto, se é verdade que o conjunto das *artes* ou actividades agrupadas entre *artes liberais* e *artes mecânicas* tem muito pouco a ver com entendimentos posteriores da arte, a valorização diferenciada de umas e outras encerra uma depreciação das artes manuais e das actividades de índole mais prática que mais tarde se replicaria na própria divisão entre belas-artes e ofícios. A verdade, porém, é que na Idade Média também aquelas que mais tarde viriam a constituir-se como belas-artes se encontravam remetidas para essa *divisão inferior* quando não eram, pura e simplesmente, dela excluídas.

abranger todos as actividades e ofícios que seriam passíveis de serem assim classificados, forçando associações que hoje resultam manifestamente insuficientes e incongruentes, e excluindo muitas outras:

*Se intentó considerar las artes mecánicas de forma simétrica a las artes liberales y reducirlas igualmente a siete. Esto no fue fácil, ya que existían un número más considerable de artes mecánicas, y sólo se necesitó introducir algunas de las artes mecánicas — las más importantes en la clasificación, o definir las siete de forma tan amplia que cada una incluyera muchas artesanías y artes.*<sup>8</sup>

(Tatarkiewicz, 1997 [1975], p.86-87)

Dessas classificações, Tatarkiewicz destaca<sup>9</sup> as dos escolásticos franceses do século XII, Raoul de Longchamp, chamado Radulfus Ardens (c1155-1215), e de Hughes de Saint-Victor (c.1906-1141), que no primeiro livro do *Didascalicon* (Saint-Victor, 1961 [c.1135]), escrito para benefício dos estudantes da abadia parisiense com o mesmo nome<sup>10</sup>, define quatro categorias para as artes — teóricas, práticas, lógicas e mecânicas, e nestas últimas con-

---

8 *Tentou considerar-se as artes mecânicas de forma simétrica às artes liberais e reduzi-las igualmente a sete. Isto não foi fácil, já que existia um número mais considerável de artes mecânicas, e bastou introduzir algumas das artes mecânicas — as mais importantes na classificação, ou definir as sete de forma tão ampla que cada uma incluísse muitos ofícios e artes.* [T.L.]

9 *Las mejores clasificaciones que se hicieron de las siete artes mecánicas las ofrece Radulf de Campo Lungo, llamado el Ardiente (Ardens), y Hugo de San Víctor, pertenecientes ambos al siglo XII. La lista de Radulf incluye: ars victuaria, que servía para alimentar a la gente, lanificaria, que servía para vestirles, architectura, que les daba cobijo, suffragatoria, que les suministraba medios de transporte, medicinaria, que curaba enfermedades, negotiatoria, que era el arte de intercambiar mercancías, y militaria o arte de defenderse del enemigo. La lista de Hugo (Didascalicon, II 24) incluía las siguientes artes mecánicas: lanifium, armatura, navigatio, agricultura, venatio, medicina, theatrica.* (Rader et al., 1976, p116)

10 *The Didascalicon of Hugh of St. Victor aims to select and define all the areas of knowledge important to man and to demonstrate not only that these areas are essentially integrated among themselves, but that in their integrity they are necessary to man for the attainment of his human perfection and his divine destiny.* (Kristeller, 1951, p498)

templava as seguintes artes: *lanifium, armatura, navigatio, agricultura, venatio, medicina, theatra*.

O que importa relevar destas classificações, é que as artes mecânicas agrupadas assim ou de outra forma, excluía a maior parte daquilo que hoje consideramos arte. Naquelas classificações escolásticas apenas a arquitectura e o teatro são contemplados. A música pertencia às artes liberais, e o facto de a pintura como a escultura e as outras futuras belas-artes não terem sequer cabimento na “divisão inferior” das artes mecânicas, explica-se, segundo Tatarkiewicz, com a sua (pouca) utilidade relativa.

*La música se pensaba que era un arte liberal, ya que se basa en las matemáticas. La poesía era un tipo de filosofía o profecía, una oración o confesión, y de ningún modo un arte. La pintura y la escultura no se clasificaron nunca como artes, bien fueran liberales o mecánicas. Sin embargo, se trataba en efecto de destrezas que se atenían a unas reglas: entonces, por qué no se incluyeron nunca? La razón fue que sólo podían haberse clasificado como artes mecánicas, si se hubieran considerado que eran útiles; y la utilidad práctica de la pintura y la escultura parecía ser insignificante. Esto demuestra el gran cambio que ha tenido lugar desde entonces: las artes que nosotros consideramos artes en sentido estricto, ni siquiera fueron mencionadas en las clasificaciones medievales.*<sup>11</sup> (Tatarkiewicz, 1997 [1975], p.87)

Quicá mais significativo do que a sua (dupla) exclusão, é ela dever-se à questão da sua (falta de) utilidade:

*¿Por que no se incluían, entonces, entre las artes mecánicas? La pregunta podría responderse del modo siguiente: en las clasifica-*

---

11 A música pensava-se ser uma arte liberal, já que se baseia na matemática. A poesia era um tipo de filosofia ou profecia, uma oração ou confissão e de modo nenhum uma arte. A pintura e a escultura não se classificavam nunca como artes, nem liberais nem mecânicas. No entanto, tratavam-se efectivamente de destrezas que se sujeitavam a umas regras: então, por que nunca se incluíram? A razão foi que só poderiam ter-se classificado como artes mecânicas, se se tivesse considerado que eram tal coisa, e a utilidade prática da pintura e da escultura parecia ser insignificante. Isto demonstra a grande mudança que teve lugar desde então: as artes que consideramos artes em sentido estrito, nem sequer foram mencionadas nas classificações medievais. [T.L.]

*ciones de estas artes, limitadas de modo programático como estaban a siete, solo se mencionarían las siete más importantes, y en lo referente a las artes mecánicas el test de importancia fue la utilidad, mientras que la utilidad de las artes visuales, de la pintura o de la escultura, era algo marginal. Esa es la razón por la que ni Radulfi ni Hugo las incluyeron en sus listas. Las artes a las que hacemos referencia nosotros cuando hablamos de artes se pensaba que eran mecánicas, y pensaban que eran tan poco importantes que no merecía la pena incluirlas en las clasificaciones.*<sup>12</sup>

(Tatarkiewicz, 1997 [1975], p.43)

O aspecto da utilidade, aqui utilizado como factor de exclusão, estaria presente nas divisões das artes. Ou seja, a mesma dimensão de utilidade que viria a ser, por a ela se sujeitarem, o fundamento para a ulterior menorização dos ofícios — as *artes menores* cuja grandeza e importância William Morris procuraria resgatar —, servia, por enquanto, pela razão contrária, para excluir as que viriam a consagrar-se como *artes maiores* precisamente pela sua menor *utilidade*. Ainda se estava longe, porém, do cisma setecentista, que utilizaria o critério da utilidade (no sentido mais pragmático do termo) em sentido inverso:

*The distinction between the useful arts (or crafts) and arts that serve no purpose and are attended to solely as ends in themselves is not to be found in Plato or Aristotle; nor is it to be found in medieval theories of art. It was only at the time of the Renaissance that the notion of fine art began to take root as a way of distinguishing the functional from the nonfunctional arts. Up until then, all of what we now call fine art was considered to have a purpose – although in the case of some art forms like music and*

---

12 Por que não se incluíam, então, entre as artes mecânicas? A pergunta poderia responder-se do seguinte modo: nas classificações destas artes, limitadas de modo programático, como estavam, a sete, só se mencionariam as sete mais importantes, e no que se refere às artes mecânicas o teste da importância foi a utilidade, sendo que a utilidade das artes visuais, da pintura ou da escultura, era algo marginal. É essa a razão por que nem Radulfo nem Hugo as incluíram nas suas listas. As artes a que fazemos referência quando falamos de artes se pensavam que eram mecânicas, e pensavam que eram tão pouco importantes que não merecia a pena incluí-las nas classificações. [T.L.]

*decoration the precise nature of its function was specified only with difficulty.*<sup>13</sup> (Novitz, 2009, p.297)

O estatuto e reconhecimento público de que as ditas belas artes passaram a gozar a partir do século XVIII, mas fundamentalmente a partir do século XIX (umas mais que outras, é certo, mas, ainda assim, um reconhecimento público generalizado), mascara, portanto, a relativa menor importância que tiveram antes disso, tornando-se difícil, à luz do seu actual protagonismo<sup>14</sup>, entender tamanha desconsideração.

Porém, como diz Kristeller, essa ideia hoje consolidada de um conjunto de belas-artes, óbvia ao ponto de parecer ter sempre existido, só foi construída em definitivo a partir do século XVIII.<sup>15</sup>

---

13 *A distinção entre artes úteis (ou ofícios) e artes que não servem qualquer propósito e que são encaradas como um fim em si mesmo, não é encontrada em Platão ou Aristóteles, nem é encontrada nas teorias medievais da arte. Foi apenas no tempo do Renascimento que a noção de belas-artes começou a ganhar raízes como forma de distinguir as artes funcionais das não-funcionais. Até então, considerara-se que tudo aquilo que hoje chamamos belas-artes tinha um propósito — apesar de no caso de algumas formas de arte, como a música ou a decoração, só com dificuldade se conseguisse especificar a natureza precisa da sua função.* [T.L.]

14 Protagonismo esse, que foi sendo adquirido também, ou sobretudo, através dos mecanismos capitalistas de apreciação dos bens materiais. Tal valorização, se não ajuda a perceber a natureza da arte ou seu valor intrínseco, torna claro, aos olhos de todos, o seu valor facial. Assim, para a generalidade do público que, mesmo que não familiarizado com a arte, é constantemente confrontado com a sua crescente visibilidade e importância social e económica (e a ela exposto, nos media, no sistema educativo, nos museus, nos programas turísticos, etc.), será difícil conceber um tempo em que a pintura era menos valorizada em favor de ofícios manuais que faziam alarde da técnica e de virtuosismo na manufactura de meros objectos utilitários. A importância social e económica da arte já foi de tal modo assimilada pelo público, que mesmo se ela lhe causa frequentemente grandes perplexidades, este já não contesta a sua importância, porque é indiscutível — pois se é um facto! — o valor multimilionário de algumas dessas obras. A eloquência do dinheiro — "o que se compravam com o quadro X que bateu o recorde no leilão Y?" — sobrepe-se a qualquer perplexidade (mesmo se a amplia...), e o valor absoluto da arte — das belas-artes — passou a ser um facto com eloquência desses números.

15 *The fundamental importance of the eighteenth century in the history of aesthetics and of art criticism is generally recognized. To be sure, there has been a great variety of theories and currents within the last two hundred years that cannot be easily brought under one common denominator. Yet all the changes and controversies of the more recent past presuppose cer-*

[continua]



*(...) this system of the five major arts, which underlies all modern aesthetics and is so familiar to us all, is of comparatively recent origin and did not assume definite shape before the eighteenth century, although it has many ingredients which go back to classical, medieval and Renaissance thought.*<sup>16</sup> (Kristeller, 1951, p.498)

O sistema então estabelecido adquiriu um sentido quase definitivo, sinónimo das artes socialmente entronizadas.

Desde então, essa arrumação não foi questionada a não ser para tentar juntar a esse conjunto de artes eleitas outras que procuram alcançar um estatuto similar.

*Although the terms “Art,” “Fine Arts” or “Beaux Arts” are often identified with the visual arts alone, they are also quite commonly understood in a broader sense. In this broader meaning, the term “Art” comprises above all the five major arts of painting, sculpture, architecture, music and poetry. These five constitute the irreducible nucleus of the modern system of the arts, on which all writers and thinkers seem to agree (...) The basic notion that the five “major arts” constitute an area all by themselves, clearly separated by common characteristics from the crafts, the sciences and other human activities, has been taken for granted by most writers on aesthetics from Kant to the present day. It is freely employed even by those critics of art and literature who profess not to believe in “aesthetics”; and it is accepted as a matter of course by the general public of amateurs.*<sup>17</sup> (Kristeller, 1951, p.497)

---

*tain fundamental notions which go back to that classical century of modern aesthetics. (...) Some scholars have rightly noticed that only the eighteenth century produced a type of literature in which the various arts were compared with each other and discussed on the basis of common principles, (...) Finally, at least a few scholars have noticed that the term “Art,” with a capital A and in its modern sense, and the related term “Fine Arts” (Beaux Arts) originated in all probability in the eighteenth century.* (Kristeller, 1951, p.496).

- 16 Este sistema das cinco artes maiores, que está subjacente a toda a estética moderna e que nos é tão familiar, é de origem relativamente recente e não assumiu a sua forma definitiva antes do século XVIII, apesar de muitos dos seus ingredientes remontarem ao pensamento clássico, medieval e renascentista. [T.L.]
- 17 Apesar dos termos “Arte”, “Belas Artes” ou “Beaux Arts” serem frequentemente identificados apenas com as artes visuais, eles são muito frequentemente entendidos num sentido mais amplo. Nesse sentido mais amplo, o termo “Arte” abrange acima de tudo as cinco artes maiores da pintura, da escultura, da arquitectura, da música e da poesia. Estas cinco constituem o núcleo irreduzível do moderno sistema das artes, sobre o qual todos os escritores e pensadores parecem concordar. (...) Esta noção básica de que cinco “artes maiores” consti-

[continua]

O interesse de um cada vez mais vasto e diversificado público pelas coisas do espírito (certamente ainda uma elite, mas uma elite cada vez mais alargada), incluindo um cada vez maior interesse pela música e pelas artes visuais, bem como a constituição de corpos de conhecimento cada vez mais sólidos e autónomos nos casos das ciências, não cessaria de aumentar no século seguinte. Terá sido nesse ambiente intelectual de debate mais alargado que terá sido definido o sistema das artes.

*During the first half of the eighteenth century the interest of amateurs, writers and philosophers in the visual arts and in music increased. The age produced not only critical writings on these arts composed by and for laymen, but also treatises in which the arts were compared with each other and with poetry, and thus finally arrived at the fixation of the modern system of the fine arts. Since this system seems to emerge gradually and after many fluctuations in the writings of authors who were in part of but secondary importance, though influential, it would appear that the notion and system of the fine arts may have grown and crystallized in the conversations and discussions of cultured circles in Paris and in London, and that the formal writings and treatises merely reflect a climate of opinion resulting from such conversations.*<sup>18</sup> (Kristeller, 1952, p.27)

Kristeller identifica um texto de meados do século (1746) da autoria do abade francês Charles Batteux (1713-1780) como um

---

*tuem uma área por si mesmas, claramente separadas dos ofícios, ciências e outras actividades humanas por características comuns, tem sido dada por adquirida pela maior parte daqueles que escrevem sobre estética desde Kant até aos nossos dias. É livremente utilizado por aqueles críticos de arte e literatura que afirmam não acreditar na “estética”; e é aceite como uma coisa natural pela generalidade do público amador (...) [T.L.]*

- 18 Durante a primeira metade do século XVIII, o interesse de amadores, escritores e filósofos pelas artes e pela música aumentou. A época produziu não apenas textos escritos sobre estas artes por e para leigos, mas também tratados em que as artes eram comparadas umas com as outras e com a poesia, e chegando assim, finalmente, à fixação do moderno sistema das belas artes. Como este sistema parece emergir gradualmente e depois de muitas oscilações nos escritos de autores que em parte eram de menor importância, apesar de influentes, pareceria que a noção e o sistema das belas artes devem ter surgido e cristalizado nas conversas e debates dos círculos culturais de Paris e Londres, e que os escritos formais e tratados apenas reflectem o clima de opinião resultante de tais debates. [T.L.]

momento de síntese fundamental, não apenas pela formulação nele avançada, mas também pelo facto de este ser o primeiro tratado dedicado exclusivamente ao tema.

*The decisive step toward a system of the fine arts was taken by the Abbé Batteux in his famous and influential treatise, “Les beaux arts réduits à un même principe” (1746). It is true that many elements of his system were derived from previous authors, but at the same time it should not be overlooked that he was the first to set forth a clearcut system of the fine arts in a treatise devoted exclusively to this subject. This alone may account for his claim to originality as well as for the enormous influence he exercised both in France and abroad, especially in Germany. Batteux codified the modern system of the fine arts almost in its final form, whereas all previous authors had merely prepared it.*<sup>19</sup> (Kristeller, 1952, p.20)

Logo no primeiro capítulo, o abade Batteux explicita os critérios para uma separação entre as artes, definindo três espécies de arte, em função da sua finalidade última. O critério fundamental para Batteux na identificação das belas artes é a sua finalidade última: o prazer. Nesse sentido, as artes que ele identifica como pertencendo a essa espécie são, naturalmente, a música, a poesia, a pintura, a escultura e a dança, diferentes, naturalmente, das artes mecânicas, destinadas a responder a necessidades humanas básicas. Não só o critério é claro como a selecção parece incontroversa.

*On peut les diviser en trois espèces par rapport aux fins qu’ils se proposent.*

---

<sup>19</sup> O passo decisivo para um sistema de belas artes foi dado pelo Abade Batteux no seu famoso e influente tratado, “Les beaux arts réduits à un même principe” (1746). É verdade que muitos elementos do seu sistema são derivados de autores anteriores, mas ao mesmo tempo não deveria ser negligenciado que ele foi o primeiro a avançar um sistema claro das belas artes num tratado dedicado exclusivamente ao assunto. Isto, só por si, poderia chegar para fundamentar a sua originalidade bem como a enorme influência que exerceu tanto em França como no estrangeiro, especialmente na Alemanha. Batteux codificou o o sistema moderno de belas artes quase na sua forma final, enquanto todos os autores anteriores tinham-no meramente preparado. [T.L.]

*Les uns ont pour objet les besoins de l'homme, que la nature semble abandonner à lui-même dès qu'une fois il est né : exposé au froid, à la faim, à mille maux, elle a voulu que les remèdes et les préservatifs qui lui sont nécessaires, fussent le prix de son industrie et de son travail. C'est de-là que sont sortis les arts mécaniques.*

*Les autres ont pour objet le plaisir. Ceux-ci n'ont pu naître que dans le sein de la joie et des sentiments que produisent l'abondance et la tranquillité : on les appelle les beaux arts par excellence. Tels sont la musique, la poésie, la peinture, la sculpture, et l'art du geste ou la danse.*<sup>20</sup> (Batteux, 1749)

A terceira espécie agrega as artes *híbridas*, que respondem simultaneamente a questões práticas e questões de comprazimento estético. Está nessa espécie a Arquitetura. À luz dos critérios do abade Batteux, esta arrumação da arquitetura numa categoria à parte, não só é absolutamente lógica como contém parte das questões que afectam a arquitetura ou virão a afectar o design, como:

*La troisième espèce contient les arts qui ont pour objet l'utilité et l'agrément tout à la fois : tels sont l'éloquence et l'architecture: c'est le besoin qui les a fait éclore, et le goût qui les a perfectionnés: ils tiennent une sorte de milieu entre les deux autres espèces: ils en partagent l'agrément et l'utilité.*

*Les arts de la première espèce emploient la nature telle qu'elle est, uniquement pour l'usage. Ceux de la troisième, l'emploient en la polissant, pour l'usage et pour l'agrément. Les beaux arts ne l'emploient point, ils ne font que l'imiter chacun à leur manière (...) Ainsi la nature seule est l'objet de tous les arts. Elle contient tous*

---

20 Podemos dividi-las em três espécies, de acordo com os fins a que se propõem. Umas têm como objecto as necessidades do homem, que a natureza parece abandonar a si próprio desde que nasce: exposto ao frio, à fome, a mil males, ela quis que os remédios e as protecções que lhe são necessárias fossem o prémio da sua indústria e do seu trabalho. É daí que saíram as artes mecânicas. As outras têm por objecto o prazer. Estas não podem ter nascido senão no seio da alegria e dos sentimentos que a abundância e tranquilidade produzem: chamamos-lhe as belas artes por excelência. São a música, a poesia, a pintura, a escultura e a arte do gesto ou a dança. [T.L.]

*nos besoins et tous nos plaisirs ; et les arts mécaniques et libéraux ne sont faits que pour les en tirer.*<sup>21</sup> (Batteux, 1749)

No terceiro capítulo da sua obra, Batteux tenta demonstrar que a “imitação da bela natureza” é o princípio comum a todas as artes, o que, segundo Kristeller, lhe valeria as críticas dos seus pares no final do século. Hegel (1770-1831), na sua *Estética*<sup>22</sup>, contestaria esta função da arte como imitação da realidade:

*But even if we abstract from an objective principle for art, and if beauty is to be based on subjective and individual taste, we soon nevertheless find on the side of art itself that the imitation of nature which indeed appeared to be a universal principle and one confirmed by high authority, is not to be adopted, at least in this general and wholly abstract form. For if we look at the different arts, it will be granted at once that, even if painting and sculpture portray objects that appear to be like natural ones or whose type is essentially drawn from nature, on the other hand works of architecture, which is also one of the fine arts, can as little be called imitations of nature as poetical works can, in so far as the latter are not confined, e.g., to mere description.*<sup>23</sup> (Hegel, 1998)

---

21 A terceira espécie contém as artes que têm como objecto, ao mesmo tempo, a utilidade e o prazer: tais são a eloquência e a arquitectura: é a necessidade que as fez eclodir e o gosto que as aperfeiçoou: encontram-se numa espécie de meio-termo entre as duas outras espécies: partilham com elas o prazer e a utilidade. § As artes da primeira espécie empregam a natureza tal e qual ela é, unicamente para o uso. As da terceira, empregam-na polindo-a, para o uso e prazer. As belas artes não a empregam de todo, não fazem senão imitá-la cada uma à sua maneira (...) Assim, a natureza é o objecto de todas as artes. Ela contém todas as nossas necessidades e todos os nossos prazeres; e as artes mecânicas e liberais apenas existem para a ela as ir buscar. [T.L.]

22 As *Vorlesungen über die Ästhetik* constituem uma compilação póstuma das conferências sobre Estética realizadas por Hegel entre 1818 e 1929, a partir de notas do próprio e de estudantes que a elas assistiram.

23 Mas mesmo se nos abstrairmos de um princípio objectivo para a arte, e se a beleza for baseada no gosto subjectivo e individual, ainda assim, rapidamente constatamos do lado da própria arte que a imitação da natureza que pareceu de facto ser um princípio universal e um confirmado por superior autoridade, não deve ser adoptado, pelo menos desta forma geral e totalmente abstracta. Pois se olharmos as diferentes artes, será evidente de imediato que, se mesmo a pintura e a escultura produzem objectos que parecem naturais ou que são essencialmente baseados na natureza, por outro lado, obras de arquitectura, que é também uma das belas artes, podem tão pouco ser chamadas imitações da natureza como as obras poéticas, desde que as últimas não estejam confinadas à mera descrição. [T.L.]

Porém, como nota Kristeller, esse era o único precedente disponível em que um classicista como Batteux podia ancorar a sua teoria pelo que tal critério só podia ser substituído quando o sistema de belas artes estivesse firmemente estabelecido. Por fim seriam factores exógenos à arte — como o advento da fotografia, já no século XIX — a eliminar definitivamente a função imitativa como critério de apreciação da arte:

*For the “imitative” arts were the only authentic ancient precedent for the “fine arts,” and the principle of imitation could be replaced only after the system of the latter had been so firmly established as no longer to need the ancient principle of imitation to link them together.* <sup>24</sup> (Kristeller, 1952, p.21)

Poucos anos depois de Batteux, os Enciclopedistas retomariam o conjunto por ele proposto, acrescentando-lhe a arquitectura e arrumando-o no sistema dos conhecimentos humanos, no ramo da Poesia (“que nasce da Imaginação”).

No artigo de entrada da *Encyclopédie* — “Discours préliminaire” —, D’Alembert (1717-1783) incluiria a arquitectura das artes liberais, distinguindo-a da pintura ou da escultura por estar menos evidentemente sujeita à função de imitação, mas ainda assim justificando esta função através de uma analogia com a relação entre indivíduo e todo no conjunto de natureza:

*A la tête des connoissances qui consistent dans l'imitation, doivent être placées la Peinture & la Sculpture, parce que ce sont celles de toutes où l'imitation approche le plus des objets qu'elle représente, & parle le plus directement aux sens. On peut y joindre cet art, né de la nécessité, & perfectionné par le luxe, l'Architecture, qui s'étant élevée par degrés des chaumières aux palais, n'est aux yeux du Philosophe, si on peut parler ainsi, que le*

---

<sup>24</sup> Porque as artes “imitativas” eram o único antigo precedente para as “belas artes”, e o princípio da imitação apenas poderia ser substituído depois do sistema destas últimas ter sido tão firmemente estabelecido que já não necessitasse do antigo princípio da imitação para as ligar entre si. [T.L.]

*masque embelli d'un de nos plus grands besoins. L'imitation de la belle Nature y est moins frappante, & plus resserrée que dans les deux autres Arts dont nous venons de parler; ceux - ci expriment indifféremment & sans restriction toutes les parties de la belle Nature, & la représentent telle qu'elle est, uniforme ou variée; l'Architecture au contraire se borne à imiter par l'assemblage & l'union des différents corps qu'elle emploie, l'arrangement symétrique que la nature observe plus ou moins sensiblement dans chaque individu, & qui contraste si bien avec la belle variété du tout ensemble.*<sup>25</sup> (D'Alembert, 2011 [1751])

Os vários frutos da imaginação, assim arrumados à sombra da Poesia, são a ela equiparados (ainda que de forma algo subsidiária), do mesmo modo que aqui se retoma o argumento do texto inicial de D'Alembert quanto à pertença e à diferença da Arquitectura.

*Nous n'entendons ici par Poésie que ce qui est Fiction. Comme il peut y avoir Versification sans Poésie, & Poésie sans Versification, nous avons crû devoir regarder la Versification comme une qualité du stile, & la renvoyer à l'Art Oratoire. En revanche, nous rapporterons l'Architecture, la Musique, la Peinture, la Sculpture, la Gravure, &c. à la Poésie; car il n'est pas moins vrai de dire du Peintre qu'il est un Poète, que du Poète qu'il est un Peintre; & du Sculpteur ou Graveur qu'il est un Peintre en relief ou en creux, que du Musicien qu'il est un Peintre par les sons. Le Poète, le Musicien, le Peintre, le Sculpteur, le Graveur, &c. imitent ou contrefont la Nature (...) La Musique est Théorique ou Pratique; Instrumentale ou Vocale. A l'égard de l'Architecte, il n'imité la*

---

25 À cabeça dos conhecimentos que consistem na imitação, devem ser colocadas a Pintura e a Escultura, porque são de todas aquelas em que a imitação se aproxima mais dos objectos que ela representa, e fala mais directamente aos sentidos. Podemos juntar-lhes essa arte, nascida da necessidade, e aperfeiçoada pelo luxo, a Arquitectura, que tendo-se elevado das chaumières aos palácios, não é aos olhos do Filósofo, se assim podemos dizer, que mais do que a máscara embelezada de uma das nossas maiores necessidades. A imitação da bela Natureza é nela menos evidente, e mais limitada do que nas outras duas Artes de que acabámos de falar; estas exprimem indiferentemente e sem restrições todas as partes da bela Natureza, e representam-na tal como ela é, uniforme ou variada; a Arquitectura, ao contrário, contenta-se em imitar pela união de diferentes corpos que ela emprega, o arranjo simétrico que a natureza observa mais ou menos sensivelmente em cada indivíduo e que contrasta tão bem com a bela variedade de todo o conjunto. [T.L.] [As chaumières são habitações com cobertura em colmo, características do noroeste de França.]

*Nature qu'imparfaitement par la symétrie de ses Ouvrages.*<sup>26</sup>  
(D'Alembert, 2011 [1751])

Definido este conjunto de artes superiores e apesar dos diferentes critérios para as arrumar e hierarquizar (Hegel ordená-las-ia por ordem decrescente de materialidade e crescente de expressividade — da Architectura à Poesia, passando pela Escultura, a Pintura e a Música) e das várias tentativas de acrescentar outras, diversas, dependendo da época e do proponente, o seu núcleo original manter-se-ia inalterado por muito tempo.

*On the other hand, certain additional arts are sometimes added to the scheme, but with less regularity, depending on the different views and interests of the authors concerned: gardening, engraving and the decorative arts, the dance and the theatre, sometimes the opera, and finally eloquence and prose literature.*<sup>27</sup> (Kristeller, 1951, p.497)

Mais recentemente, às cinco belas artes seriam acrescentadas as artes do palco (teatro e dança) e a sétima arte, o cinema. A adição da “sétima arte” aconteceu em 1912 pela mão do futurista italiano Ricciotto Canudo (1877-1923), teórico e crítico de cinema. Com a contundência habitual da retórica futurista, Canudo exporia a sua hipótese, definindo um conjunto de seis artes

---

26 Nós entendemos aqui por Poesia tudo o que é ficção. Como pode haver Versificação sem Poesia e Poesia sem Versificação, achámos dever olhar a Versificação como uma qualidade do estilo e arrumá-la na Arte da Oratória. Em contrapartida, reportaremos a Architectura, a Música, a Pintura, a Escultura, a Gravura, etc à Poesia, pois não é menos verdade dizer do Pintor que é um Poeta, do Poeta que é um Pintor; e do Escultor ou Gravador que ele é um Pintor em relevo ou em vazios, que o Músico é um Pintor pelos sons. O Poeta, o Músico, o Pintor, o Escultor, o Gravador, etc, imitam ou contrafazem a Natureza (...) Quanto ao Architecto, não imita a Natureza a não ser imperfeitamente através da simetria das suas Obras. [T.L.]

27 Por outro lado, certas artes adicionais são por vezes acrescentadas ao esquema, mas com menor regularidade, dependendo de diferentes pontos de vista e dos interesses dos autores em causa: jardinagem, gravura e artes decorativas, a dança e o teatro, por vezes a ópera, e finalmente a eloquência e a literatura em prosa. [T.L.]



organizadas em dois núcleos, um dependente da Architectura, outro da Música. Com a Architectura relacionavam-se a Pintura e a Escultura, com a Música, a Poesia e a Dança.

*Je fais tout de suite remarquer que si l'Architecture, née du besoin tout matériel de l'abri, s'affirma très individualisée avant ses complémentaires, la Sculpture et la Peinture, la Musique, de son côté, a suivi le long des siècles le processus exactement inverse. Née d'un besoin tout spirituel d'élévation et d'oubli supérieur, la Musique (...) s'est manifestée d'abord dans ses complémentaires, la Danse et la Poésie, pour aboutir après des milliers d'années à sa libération individuelle, à la Musique hors la danse et le chant, à la Symphonie. (...) Aujourd'hui, le «cercle en mouvement» de l'esthétique se clôt enfin triomphalement sur cette fusion totale des arts dite: Cinématographe. Si nous prenons l'ellipse comme l'image géométrique parfaite de la vie, c'est-à-dire du mouvement - du mouvement de notre sphère écrasée aux pôles -, et si nous la projetons sur le plan horizontal du papier, l'art, tout l'art apparaîtrait ainsi:<sup>28</sup> (Canudo, 1995 [1917])*

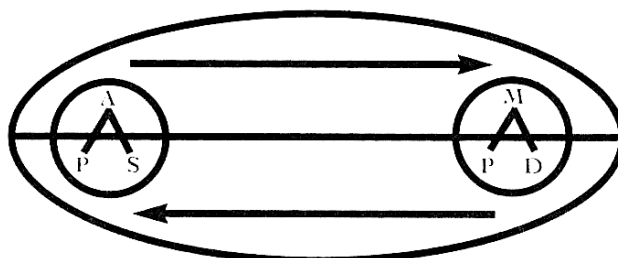


Fig. 1 | Esquema de Ricciotto Canudo representando o Cinema como a arte que funde as outras seis, aqui agrupadas em dois conjuntos: à esquerda a Architectura, a Pintura e Escultura, e, à direita, a Música com a Pintura e a Dança.

28 Eu faço notar de imediato que se a Architectura, nascida da necessidade puramente material do abrigo, se afirmou muito individualizada face às suas complementares, a Escultura e a Pintura, a Música, do seu lado, seguiu ao longo dos séculos o processo exactamente inverso. Nascida de uma necessidade totalmente espiritual de elevação e superior alheamento, a Música (...) manifestou-se primeiramente nas suas complementares, a Dança e a Poesia, para chegar após milhares de anos, à sua libertação individual, à Música fora da dança e do canto, à Sinfonia. (...) Hoje, “o círculo em movimento” da estética fecha-se por fim, triunfantemente, sobre essa fusão total das artes chamada Cinematógrafo. Se tomarmos a elipse como a imagem perfeita da vida (...) e se a projectarmos no plano horizontal do papel, a arte, toda a arte aparece do seguinte modo: [fig.1] [T.L.]

O cinema seria assim essa arte que continha todas as artes precedentes, uma sétima arte fruto de um tempo de síntese entre arte e ciência, expressão e tecnologia.

*Des centaines de siècles humains ont jeté dans cette ellipse en mouvement leur plus haute aspiration commune (...) Notre temps est incomparable de vigueur intérieure et extérieure, de création nouvelle (...) Et notre temps a synthétisé, d'un élan divin, les multiples expériences de l'homme. Et nous avons fait tous les totaux de la vie pratique et de la vie sentimentale. Nous avons marié la Science et l'Art, je veux dire les trouvailles, et non les données de la Science, et l'idéal de l'Art, les appliquant l'une à l'autre pour capter et fixer les rythmes de la lumière. C'est le Cinéma.*

*L'Art Septième concilie ainsi tous les autres. Tableaux en mouvement. Art Plastique se développant selon les normes de l'Art Rythmique.*<sup>29</sup> (Canudo, 1995 [1917])

A popularidade desta última, e o recurso repetido nalguns países latinos ou de tradição cultural francófona a esta designação – “sétima arte”<sup>30</sup> – para referir o cinema nos media, tornou essa classificação efectivamente mais notável do que qualquer uma das outras (que, à excepção da pintura e da música, a generalidade das pessoas terão dificuldade em identificar, e ainda mais, ordenar).

29 *Centenas de séculos humanos lançaram sobre esta elipse em movimento a sua mais elevada aspiração comum (...) O nosso tempo é incomparável em vigor interior e exterior, de nova criação (...) E o nosso tempo sintetizou, com um impulso divino, as múltiplas experiências do homem. E fizemos todas as somas da vida prática e da vida sentimental. Nós casámos a Ciência e a Arte, quero dizer as suas descobertas, e não os dados da Ciência e o Ideal da Arte, aplicando-as uma à outra para captar e fixar os ritmos da luz. É o Cinema. § A Arte Sétima concilia assim todas as outras. Quadros em movimento, Arte Plástica desenvolvendo-se segundo as normas da Arte Rítmica.* [T.L.]

30 Esta designação é utilizada sobretudo em França e em países mais próximos da cultura francesa – Itália, Espanha, Portugal e países da América Latina, p. ex. – e muito menos frequente em países de língua inglesa, nomeadamente nos Estados Unidos da América, país que, como nenhum outro, contribuiu para a notoriedade do cinema e para a sua afirmação como expressão fundamental da cultura do último século.

O enorme impacto da “sétima arte” na cultura do século XX e a sua influência, transversal, em muitos aspectos das sociedades elevou-a a um estatuto que a distingue, em termos de notoriedade pública, de todas as outras, que apesar da longevidade, têm manifestamente mais dificuldade em chegar às massas. Também a fotografia — instrumental nas transformações ocorridas na arte e no sistema das artes — veria reconhecido o seu estatuto como uma das expressões artísticas mais importantes a partir do início do século XX. O mesmo fenómeno dar-se-ia, no final do século passado, com o vídeo: um reconhecimento, mesmo se inicialmente relutante, da sua validade como expressão artística, bem expresso na progressiva integração de obras de vídeo-arte nas colecções das instituições que legitimam a arte que conta.

Outras formas de expressão lutaram pela consagração de se ver nomeadas para um lugar nesse olimpo das artes. Algumas tê-lo-ão conseguido, ainda que sem grandes consequências quanto à sua credibilidade (que, para o bem ou para o mal, efectivamente nunca dependeu disso. Será o caso da banda-desenhada, que há muito reclama como seu o nono lugar nesse “ranking das artes” sem que isso lhe tenha trazido acrescida notoriedade).

Haverá um certo prestígio nessa pertença, que por isso se persegue, esperando que o tempo outorgue, por usucapião, o título de propriedade.

Correntemente a entrada dedicada às “artes” da versão inglesa da *Wikipedia*<sup>31</sup> (Wikipedia Contributors) inclui referências, na secção dedicada a formas de arte, a coisas tão díspares como a gastronomia ou os jogos de vídeo. E até actividades como as artes marciais ou a natação sincronizada merecem aí menção enquan-

---

31 Optámos por consultar a versão inglesa por, no caso em apreço, ser a mais completa.

to manifestações específicas de algumas formas de arte... E a verdade é que, à data em que escrevemos, o design não merece uma só referência. Porque se desconhecem os critérios dos autores colectivos da *Wikipedia* ou dos seus editores, dir-se-á, com legitimidade, que estas aparições nada significam sobre a verdadeira relevância de tais actividades e muito menos sobre o seu cabimento no domínio das artes. Mas, ainda assim, e perante a inclusão de tantas e tão diversas coisas, não se pode negar o significado da exclusão do design, de uma entrada numa enciclopédia que será tanto um repositório de saber (alguns dirão que será menos), como um barómetro da importância relativa das coisas nos dias que correm e da forma como elas são encaradas. Será isto apenas mais uma evidência da dificuldade do design em fazer-se compreender pela generalidade do público (aqui representado pelos editores anónimos da *Wikipedia*)? Ou poder-se-á, a partir de tal exclusão, concluir que está, na prática, resolvida a questão da não-pertença do design ao domínio das artes?

### 1.2.2. Definir arte

A entrada da *Stanford Encyclopedia of Philosophy* sobre a definição de arte (Adajian, 2012) é encimada por três afirmações que, servindo para introduzir o tema e preparar para a história que a seguir se desenvolve com algum detalhe, não deixam de poder ser lidas como uma espécie de confissão prévia da inutilidade do esforço ou como uma antecipação do sítio em que o leitor se encontrará no final da sua leitura:

*The definition of art is controversial in contemporary philosophy. Whether art can be defined has also been a matter of controversy.*

*The philosophical usefulness of a definition of art has also been debated.*<sup>32</sup> (Adajian, 2012, p.581)

Discussão alguma é inútil e muito menos esta o será. Mas o espectro de uma tal impossibilidade paira há muito sobre a definição de arte e foi mesmo o ponto de partida para as discussões que dominaram a filosofia da arte nas últimas décadas. O carácter elusivo e ambíguo da arte transmite-se à própria função da definição:

*For some, a definition enables us to identify art, especially avant-garde works, many of which are not easily differentiable from other things. For others, its use is primarily metaphysical: given that artworks form no obvious natural kind, a definition should engage with the reasons for which art is identified as such by us, in order to show that artworks are a unified (non-natural) kind of thing.*<sup>33</sup> (Stock, 2009, p.231)

Em meados da década de 50 do século passado a questão da definição da arte parecia, por um momento, ter chegado a um beco sem saída.

Quando, em 1956, Morris Weitz (1916-1981) publicou “The Role of Theory in Aesthetics”, em que afirmava a inviabilidade e, consequentemente, a inutilidade de todas as tentativas precedentes de definição de arte, encerrava-se uma era de prolongado debate em torno da resposta a questões como “o que é (a) arte?” ou “o que é uma obra de arte?”.

---

32 A definição de arte na filosofia contemporânea é controversa. A possibilidade de definir arte tem também sido objecto de controvérsia. A utilidade filosófica de uma definição de arte também tem sido debatida. [T.L.]

33 Há quem pense que uma definição nos permite identificar a arte, especialmente obras de avant-garde, muitas das quais não se distinguem facilmente de outras coisas. Outros pensam que o seu uso é primariamente metafísico: dado que as obras de arte não formam uma categoria natural óbvia, uma definição deverá dar conta das razões pelas quais identificamos a arte como arte, para mostrar que as obras de arte constituem uma categoria unificada (não-natural). [T.L.]

De certo modo, acontecia com a teoria da arte algo semelhante ao que se passara com a própria arte: aquilo a que o crítico de arte norte-americano Harold Rosenberg (1906-1976) chamaria de *de-definition of art* (Rosenberg, 1983) e que tinha a ver, precisamente, com o processo de crescente ambiguidade da arte.

Uma ambiguidade que encontra eloquente expressão (tantas vezes motivo de apreciações caricaturais) na multiplicidade de *objectos ansiosos* (tais como ele os definiu), *objectos* que se encontram entre a possibilidade de serem obras-primas ou serem lixo. Ou de serem, até, as duas coisas em simultâneo.

*Actually, the artist who has left art behind or—what amounts to the same thing—who regards anything he makes or does as art, is an expression of the profound crisis that has overtaken the arts in our epoch. Painting, sculpture, drama, music, have been undergoing a process of de-definition. The nature of art has become uncertain. At least, it is ambiguous. No one can say with assurance what a work of art is — or, more important, what is not a work of art. Where an art object is still present, as in painting, **it is what I have called an anxious object: it does not know whether it is a masterpiece or junk. It may, as in the case of a collage by Schwitters, be literally both.***<sup>34</sup> (Rosenberg, 1983, p12; sublinhados nossos)

---

34 A pintura, a escultura, o teatro, a música, têm vindo a sofrer um processo de de-definição. A natureza da arte tornou-se incerta. Pelo menos, é ambígua. Ninguém consegue dizer com segurança o que uma obra de arte é – ou, mais importante, o que não é uma obra de arte. Onde um *objecto* de arte ainda está presente, como na pintura, é o **que eu chamei um objecto ansioso: um que não sabe se é uma obra-prima, se é lixo. Pode, como no caso de uma colagem de Schwitters, ser literalmente ambas as coisas.** [T.L.]



Fig. 2 | Kurt Schwitters (1887-1948), Miss Blanche, colagem, (15.9 x 12.7 cm), 1923. [Col. Privada]

Essa *de-definição* (no sentido do contrário de definição) constituía uma espécie de fim da história (da arte), tal como vinha a ser anunciada desde o aparecimento dos primeiros objectos ansiosos cujo exemplo mais famoso – um dos primeiros e mais eloquentes – é obviamente a “Fountain” (1917) de Marcel Duchamp (1887-1968). Quase um século depois, continua a ser o exemplo paradigmático desse questionamento – artístico – da natureza da arte, que a saberia converter em “vantagem” ao fazer da indefi-

nição ou auto-negação nela contida o seu assunto fundamental desde então:

*The uncertain nature of art is not without its advantages. It leads to experiment and to constant questioning. Much of the best art of this century belongs to a visual debate about what art is. Given the changing nature of twentieth century reality and the unbroken series of upheavals into which the world has been plunged since World War I, it was inevitable that the processes of creation should have become detached from fixed forms and be compelled to improvise new ones from whatever lies ready at hand. (...) So art must undergo — and has been undergoing — a persistent self-searching.*<sup>35</sup> (Rosenberg, 1983, p12)

Weitz resumia deste modo o seu posicionamento face à magna questão:

*I want to show that theory — in the requisite classical sense — is never forthcoming in aesthetics, and that we would do much better as philosophers to supplant the question, "What is the nature of art?," by other questions, the answers to which will provide us with all the understanding of the arts there can be. I want to show that the inadequacies of the theories are not primarily occasioned by any legitimate difficulty such e.g., as the vast complexity of art, which might be corrected by further probing and research. Their basic inadequacies reside instead in a fundamental misconception of art. **Aesthetic theory — all of it — is wrong in principle in thinking that a correct theory is possible** because it radically misconstrues the logic of the concept of art. Its main contention that "art" is amenable to real or any kind of true definition is false.*<sup>36</sup> (Weitz, 1956, p27; sublinhados nossos)

---

35 A natureza incerta da arte não é desprovida de vantagens. Leva à experimentação e ao questionamento constante. Muita da melhor arte deste século pertence a um debate visual sobre o que é a arte. Dada a natureza mutante da realidade do século XX e a série contínua de convulsões em que o mundo mergulhou desde a I Guerra Mundial, era inevitável que o processo de criação se libertasse de formas fixas e fosse compelido a improvisar novas formas a partir do que quer que esteja à mão. (...) Assim, a arte deve submeter-se — ou tem sido submetida — a uma auto-pesquisa persistente. [T.L.]

36 Pretendo mostrar que a teoria — no sentido clássico requerido — nunca surgirá na estética, e que faríamos muito melhor enquanto filósofos em substituir a questão "Qual é a natureza da arte?" por outras questões, a resposta às quais nos fornecerá todo o entendimento possível acerca das artes. Pretendo mostrar que a insuficiência das teorias não é primariamente

[continua]



Até então a arte já tinha sido muitas coisas distintas e servido propósitos muito diversos, e, como tal, tinha sido sucessivamente definida. Durante grande parte da sua história, entre a Grécia de Platão e o século XIX, dominara uma ideia — ainda que nem sempre expressa como teoria — de uma arte essencialmente imitativa.

*From ancient Greek times until the nineteenth century, the imitation theory of art was more or less “in the air” and assumed to be a correct theory of art without ever having been subjected to close scrutiny. (...) In the period between Plato and the nineteenth century, that debate took place within the imitation theory and was concerned with the proper object to be imitated.*<sup>37</sup> (Dickie, 1997, p44)

Esse valor imitativo da arte, que serviria durante séculos para valorizar os objectos artísticos, apreciados pela sua capacidade de traduzir a realidade, começou por ser, com Platão (c.427a.C.-c.347a.C.), motivo para menorizar a arte<sup>38</sup>.

No diálogo do Livro X de *A República*, Sócrates conduz Gláucon, com uma sucessão de perguntas, a esse afastamento de três pontos existente entre o pintor e o objecto real. Na visão de Platão (pelas palavras de Sócrates), a pintura é assim subalterna face ao

---

*devida a nenhuma dificuldade legítima originada, por exemplo, pela vasta complexidade das artes, a qual poderia ser corrigida por uma exploração e investigação complementares. As suas insuficiências básicas residem antes numa má compreensão fundamental da arte. A teoria estética — toda ela — está errada em princípio ao pensar que uma teoria correcta é possível uma vez que adultera radicalmente a lógica do conceito de arte. É falsa a sua principal contenda de que a “arte” é susceptível de uma definição real ou de outro tipo de definição verdadeira. [T.L.]*

37 Da antiga Grécia ao século XIX, a teoria da arte como imitação andava mais ou menos “no ar” e era considerada uma teoria correcta da arte sem alguma vez ter sido sujeita a um escrutínio rigoroso. (...) No período entre Platão e o século XIX, o debate sobre a teoria da arte ocorria no interior da teoria da imitação e dizia respeito aos objectos apropriados para imitar. (Dickie, 2008, p76)

38 A palavra “arte” é derivada do vocábulo do latim *ars* que, por sua vez, é a tradução da palavra grega *techné*, termo reduz a arte ao domínio de uma perícia, uma destreza, que permite ao artista ou ao artesão reproduzir a natureza. O outro termo grego associado a arte, *mimesis*, tem para Platão sobretudo esse significado.

ofício de artífice (como o marceneiro) que faz uma cama à imagem de uma cama real, obra de Deus:

— *Acaso não existem três formas de cama? Uma é a forma natural, e da qual diremos, segundo entendo, que Deus a confeccionou. Ou que outro Ser poderia fazê-lo?*

— *Nenhum outro, julgo eu.*

— *Outra, a que executou o marceneiro.*

— *Sim.*

— *Outras feita pelo pintor. Ou não?*

— *Seja.*

— *Logo, pintor, marceneiro, Deus, esses três seres presidem aos tipos de leito. (...)*

— *Por saber isso, julgo eu, é que Deus, querendo ser realmente o autor da uma cama real, e não de uma cama qualquer, nem um marceneiro qualquer, criou-a, na sua natureza essencial, una.*

— *Assim parece.*

— *Queres então que o intitulemos artífice natural da cama, ou algo semelhante?*

— *É justo, uma vez que foi ele o criador disso e de tudo o mais na sua natureza essencial.*

— *E quanto ao marceneiro? Acaso não lhe chamaremos o artífice da cama?*

— *Chamaremos.*

— *E do pintor, diremos também que é o artífice e o autor do tal móvel?*

— *De modo algum.*

— *Então o que dirás que ele é, em relação à cama?*

— *O título que me parece que se lhe ajusta melhor é o de imitador daquilo de que os outros são artífices.* (Platão, 1987 [c. 380 a.C.])

Platão condena, ou menospreza o valor da arte, pelo seu carácter meramente imitativo. Como na Alegoria da Caverna, as obras do marceneiro ou do pintor — a imitação da coisa e a imitação da imitação da coisa — seriam meras sombras das coisas verdadeiras, realidades imperfeitas, distantes da realidade. Ainda que esta distinção entre artífice e artista (releve-se o anacronismo das designações), inicialmente desfavorável a este último, tenha tendido a inverter-se com o tempo, aquela função mimética da

arte continuou a ser dominante até ao século XVIII. Com o andar dos tempos, porém, passaria daquele papel secundário na cadeia hierárquica da produção de objectos, para o lugar destacado de mais importante manifestação do génio humano.

Quando, a partir do final do século XVIII, numa reacção ao avanço inexorável da razão, da ciência e da indústria, os artistas românticos procuraram refúgio no lado obscuro da Natureza e de si próprios, ao mesmo tempo que começavam a libertar-se do espartilho imposto pelo desejo de tornar presente a realidade física das coisas, e pelas convenções no modo de abordar os temas, para passarem a centrar-se na natureza mística das paisagens interiores e exteriores, nos recantos mais negros das suas personalidades, na expressão exacerbada dos seus sentimentos, paixões e fantasmas, tornava-se inevitável o que o século seguinte traria em definitivo (sobretudo com o advento de novos meios, como a fotografia<sup>39</sup>, que eliminaria definitivamente e “com vantagem” a necessidade de ater a arte à onnipresente realidade): um profundo questionamento da natureza e da função da arte.

Essa emancipação face à realidade e a crescente importância da expressão da subjectividade do indivíduo traria porém novos problemas de valorização da obra de arte, que deixava de ser ditada pelo padrão vigente (a cada momento) de proximidade entre o objecto artístico e a realidade “imitada”. Se até então o tema da função e valorização da arte tinha assentado sobre pressupostos similares — reduzindo-se a discussão à legitimidade de adoptar um ou outro assunto ou objecto como tema dessa arte —

---

39 *La photographie apparaît donc bien comme l'évènement le plus importante de l'histoire des arts plastiques. A la fois délivrance et accomplissement, elle a permis à la peinture occidentale de se débarrasser définitivement de l'obsession réaliste et de retrouver son autonomie esthétique.* (Bazin, 1981, p16-17)

desaparecido esse referencial exterior e, conseqüentemente, o propósito de fidelidade do objecto (artístico) face ao objecto (reproduzido), sobrava um problema de reconhecimento e legitimação. A arte precisava de encontrar novas formas de se validar e de se reconhecer, e essas já não dependiam (só) da mestria técnica do artista para reproduzir o efeito da luz nas superfícies, a transparência e as dobras dos tecidos ou o brilho dos olhos e da pele. Tornar-se-ia imperioso, portanto, encontrar outros critérios — uma nova teoria da arte.

Essa nova teoria da arte centrar-se-ia essencialmente na expressão do indivíduo, e acabaria por definir um novo papel para a arte e um novo tipo de artista.

O filósofo americano George Dickie (1926- ) sublinha essa nova função da arte, bem como uma nova forma de a arte se relacionar com as pessoas, convocando uma espécie de empatia emocional, através da justa combinação de linhas, cores, sons ou gestos:

*When philosophical Romanticism was applied to the world of art, it generated a new role for the artist and a new interest in artistic creation. The artist was conceived to be a means of getting in touch with vital sources and of attaining a kind of knowledge that science could not give, and artistic creation was identified or at least associated with the release of emotion. In this context, emotion assumes an importance it had not previously had; it is somehow involved in attaining a superior kind of knowledge. And art becomes the vehicle of this knowledge and a competitor of science.*<sup>40</sup> (Dickie, 1997, p49)

---

**40** Quando o Romantismo filosófico foi aplicado ao mundo da arte, gerou um novo papel para o artista e um novo interesse na criação artística. Pensou-se no artista como um meio de entrar em contacto com as fontes vitais, de atingir um tipo de conhecimento que a ciência não podia fornecer, e a criação artística foi identificada ou pelo menos associada com a libertação da emoção. Neste contexto, a arte ganha uma importância que não tinha anteriormente; encontra-se de algum modo envolvida na obtenção de um tipo superior de conhecimento. E a arte torna-se veículo deste conhecimento e uma concorrente da ciência. (Dickie, 2008, p83)

Em 1878, num capítulo intitulado “Qu’est-ce que l’art?” do livro *L’Ésthetique*, o historiador e filósofo francês Eugène Véron (1825-1889), depois de descrever as origens de cada uma das belas artes, define a arte como sendo a manifestação de uma emoção, através da combinação de um conjunto de elementos da composição em *ritmos particulares*:

*L’art expressif, qui est véritablement l’art moderne, repose pour une très grande part sur la sympathie. Il peint les émotions, les sentiments, les caractères. Il manifeste sous une forme artistique cet intérêt particulier que l’homme porte à l’homme. Le beau alors n’est plus que secondaire. Le but c’est l’homme même, c’est l’étude de ses sentiments accidentels ou permanents, de ses vertus ou de ses vices. (...)*

*A ces éléments d’émotions et de jouissances morales, il faut ajouter les combinaisons de lignes, de formes, de couleurs, les dispositions et oppositions de lumière et d’ombre, etc. C’est la recherche instinctive de ce genre d’émotions et de jouissances, ayant pour organe spécial l’œil, qui donne naissance à ce qu’on appelle les arts du dessin, la sculpture, la peinture, l’architecture.*

*On peut donc, comme définition générale, dire que l’art est la manifestation d’une émotion se traduisant au dehors soit par des combinaisons de lignes, de formes ou de couleurs, soit par une suite de gestes, de sons et de paroles soumis à des rythmes particuliers.*<sup>41</sup> (Véron, 1890 [1878], p.109; sublinhados nossos)

Ainda que com uma formulação genérica, a definição de Véron procurava incluir — ao mencionar formas, gestos, sons e pala-

---

<sup>41</sup> A arte expressiva, que é verdadeiramente a arte moderna, repousa em grande parte sobre a simpatia. Ela pinta as emoções, os sentimentos, os caracteres. Ela manifesta sob uma forma artística esse interesse particular que o homem suscita no homem. O belo não é então mais que secundário. O fim é o próprio homem, é o estudo dos sentimentos acidentais ou permanentes, das suas virtudes ou dos seus vícios (...) § A estes elementos de emoções e prazeres morais, é preciso juntar combinações de linhas, de formas, de cores, as disposições e oposições de luz e sombra, etc. É a procura instintiva deste género de emoções e prazeres, tendo por órgão especial o olho, que faz nascer o que chamamos as artes do desenho, a escultura, a pintura, a arquitectura. § Podemos, portanto, como definição geral, dizer que a arte é a manifestação de uma emoção que se traduz exteriormente quer pela combinação de linhas, formas ou cores, quer por uma sucessão de gestos, sons e palavras sujeitos a ritmos particulares. [T.L.]

vras — todas as belas artes. Algo que muitas das definições anteriores e posteriores não fariam, quedando-se muitas vezes por exemplos da pintura. Porém, também é verdade que a natureza vaga da definição permite essa menção a “combinações” de elementos sem especificar em que consistem as combinações capazes de transmitir a emoção do artista. A avaliação do mérito da obra de arte seria então feita a partir do seu poder de expressão, e isso, naturalmente, nunca seria tarefa fácil:

*Si cette définition est exacte, nous devons en conclure que le mérite d'une œuvre d'art, quelle qu'elle soit, peut et doit se mesurer d'abord à la puissance avec laquelle se manifeste et s'exprime l'émotion qui en a été la cause déterminante, et qui, par cette même raison, en constitue l'unité intime et suprême.*<sup>42</sup> (Véron, 1890 [1878], p110)

O escritor russo Lev Tolstói (1828-1910), no livro *What is Art?* (1998 [1898]), criticou a definição de Véron com o argumento de que, apesar de um homem poder evocar as suas emoções recorrendo àqueles elementos, tal não garante que os mesmos suscitam emoções no outro, não podendo assim a simples evocação da emoção ser à partida considerada arte:

*The (...) definition, which makes art consist in the expression of emotions, is inexact because a man may express his emotions by means of lines, colors, sounds, or words, and yet may not act on others by such expression, and then the manifestation of his emotions is not art.*<sup>43</sup> (Tolstói, 1996 [1898], p48)

---

<sup>42</sup> Se esta definição é exacta, nós devemos concluir que o mérito de uma obra de arte, qualquer que ela seja, pode e deve medir-se em primeiro lugar pelo poder com que se manifesta e se exprime a emoção que foi a sua causa determinante, e que, por essa mesma razão, constitui a sua unidade íntima e suprema. [T.L.]

<sup>43</sup> A (...) definição, que faz a arte consistir na expressão das emoções, é inexacta porque um homem pode exprimir as suas emoções por meio de linhas, cores, sons, ou palavras, e porém não actuar sobre os outros por meio de tal expressão, e assim a manifestação da sua emoção não é arte. [T.L.]

O que interessa a Tolstói é essa mediação que a obra de arte permite entre as emoções de um homem e as emoções de outro, essa *infecção*. Assim, e partindo igualmente da ideia da evocação de emoções (ou até, antes disso, da evocação de experiências), Tolstói procura completar o aspecto em falta na definição de Véron:

*To evoke in oneself a feeling one has once experienced, and having evoked it in oneself, then, by means of movements, lines, colours, sounds, or forms expressed in words, so to transmit that feeling that others may experience the same feeling— this is the activity of art.*

*Art is a human activity consisting in this, that one man consciously, by means of certain external signs, hands on to other feelings he has lived through, and that other people are infected by these feelings and also experience them.*<sup>44</sup> (Tolstói, 1998 [1898], p816)

Como explica Dickie (2008b, p83), estas teorias expressionistas<sup>45</sup> procuram restituir à arte a relevância que em parte se havia perdido com a obsolescência da sua função anterior e com a crescente importância de outras expressões do génio humano, nomeadamente a ciência e a tecnologia.

*The expression theory of art can be seen as an attempt to accomplish a number of things. First, it is an attempt to re-establish for art a central place in Western culture. By the nineteenth century the increasing role of science and the consequent expansion of technology and industrialization had greatly reduced the relative*

---

44 *Evocar em si uma emoção um dia experimentada, e tendo-a evocado em si, então, por meio de movimentos, linhas cores, sons ou formas expressas em palavras, exprimir essa emoção de modo a que outros possam experimentar a mesma emoção — esta é a actividade da arte. § A arte é a actividade humana que consiste nisso, que um homem conscientemente, por meios de certos sinais exteriores, transmita a outros emoções que experimentou, e que outras pessoas sejam infectadas por essas emoções e também as sintam.* [T.L.]

45 No século XX, uma nova importante teoria expressionista seria desenvolvida pelo filósofo inglês R.G. Collingwood (1889-1943), que na obra de *The Principles of Art* defenderia uma conexão essencial entre arte e expressão de emoção (Bazin, 1981, p12). Para Collingwood, porém, a arte é expressão de emoção, e não apenas a sua evocação, e essa expressão vai-se manifestando e sendo descoberta à medida que a obra vai sendo produzida.

*role and status of art in the life of the culture. The expression theory tries to show that art can also do something important for people. And if this is so, the role of the artist takes on a significance it did not previously have. Second, the expression theory is an attempt to relate art to the lives of people. Emotion is something everyone is capable of experiencing, and that it is important is clear to everyone. Third, the theory is an attempt to account for the emotional qualities of art and the way in which art moves people.*<sup>46</sup> (Dickie, 1974, p50)

Parece lógico que se tenha estabelecido uma relação de causalidade entre as teorias expressionistas da arte do final do século XIX e a discussão sobre as qualidades formais dos objectos artísticos capazes de veicular emoções (tanto consideradas do ponto de vista da evocação de emoções pelo artista, como da capacidade de as transmitir ao espectador). Chegar-se-ia, assim, no início do século XX, às teorias formalistas da arte, nomeadamente àquela que é, provavelmente, a mais famosa dessas teorias: a teoria da forma significativa, inicialmente explanada pelo crítico de arte Clive Bell (1881-1964) e posteriormente desenvolvida pelo também membro do Bloomsbury Group, o artista e crítico Roger Fry (1866-1934)<sup>47</sup>.

---

46 *Pode-se ver a teoria expressionista da arte como uma tentativa de conseguir várias coisas. Em primeiro lugar, procura restabelecer um lugar central para a arte na cultura do Ocidente. No século XIX, a importância crescente da ciência e a consequente expansão da tecnologia e industrialização tinham reduzido substancialmente o papel e estatuto da arte na vida da cultura. A teoria expressionista procura mostrar que arte também pode fazer qualquer coisa importante pelas pessoas. E se isto é verdade, o papel do artista ganha uma importância que antes não tinha. Em segundo lugar, a teoria expressionista procura relacionar a arte com a vida das pessoas. A emoção é algo de que toda a gente pode ter experiência e a sua importância é clara para todos. Em terceiro lugar, a teoria procura dar conta das qualidades emocionais da arte e do modo como a arte afecta as pessoas.* (Dickie, 2008b, p84-85)

47 Bell e Fry organizaram duas importantes exposições do pós-Impressionismo em Londres, em 1910 e 1912, e, num primeiro momento, a teoria de Bell terá sido motivada pela vontade e necessidade de fundamentar perante os círculos tradicionalistas londrinos o génio da pintura de Cézanne, que ambos consideravam a figura cimeira daquilo a que chamavam “a nova Renascença”.



No livro *Art* (1987 [1914]), Bell expõe o argumento fundamental da teoria dita formalista: a existência no objecto (referindo-se quase invariavelmente a um objecto pictórico) de um conjunto determinado de características formais capazes de produzir no observador uma emoção estética.

*The starting-point for all systems of aesthetics must be the personal experience of a peculiar emotion. The objects that provoke this emotion we call works of art. (...) This emotion is called the aesthetic emotion; and if we can discover some quality common and peculiar to all the objects that provoke it, we shall have solved what I take to be the central problem of aesthetics. We shall have discovered the essential quality in a work of art, the quality that distinguishes works of art from all other classes of objects. (...) There must be some one quality without which a work of art cannot exist; (...) What is this quality? What quality is shared by all objects that provoke our aesthetic emotions?*<sup>48</sup> (Bell, 1987 [1914], p.6-7)

Essa qualidade, capaz de provocar tais emoções, é definida por Bell como forma significante — o resultado de uma combinação peculiar de linhas e cores que provoca uma emoção. De certo modo, a definição de Bell inverte os pressupostos das definições românticas, nomeadamente a de Eugène Véron, que definiam a arte como o resultado de expressão traduzido através da combinação de linhas e formas.

*Only one answer seems possible—significant form. In each, lines and colours combined in a particular way, certain forms and relations of forms, stir our aesthetic emotions. These relations and combinations of lines and colours, these aesthetically moving*

---

48 O ponto de partida para todos os sistemas estéticos deve ser a experiência pessoal de uma emoção peculiar. Aos objectos que provocam essa emoção chamamos obras de arte. (...) Esta emoção é chamada emoção estética; e se conseguirmos descobrir alguma qualidade comum e peculiar em todos os objectos que a provocam, teremos resolvido aquele que considero ser o problema central da estética. Teremos descoberto a qualidade essencial numa obra de arte, a qualidade que distingue as obras de arte de todas as outras classes de objectos. (...) Deve existir uma qualidade sem a qual uma obra de arte não pode existir; (...) Que qualidade é esta? Que qualidade é partilhada por todos os objectos que provocam as nossas emoções estéticas? [T.L.]

*forms, I call "Significant Form"; and "Significant Form" is the one quality common to all works of visual art.*<sup>49</sup> (Bell, 1987 [1914], p7-8)

Na última frase da citação anterior estão explícitos os problemas evidentes da teoria formalista: por um lado, a sua circularidade (certas combinações dão origem à “forma significativa” que, por sua vez, se define como a combinação particular de certas formas), e a referência quase exclusiva às artes visuais, ou mesmo à pintura, o que, só por si, era um indício da óbvia fragilidade da condição necessária e suficiente ali definida. A transposição da teoria a outros domínios da arte não é explicitada, mas, se o fosse, continuaria a decorrer de uma superior conjugação de elementos da composição, não passando assim a formulação — porque, na verdade, não poderia passar — dessa (in)definição.

No texto de Weitz a que fizemos menção no início deste subcapítulo, o autor demonstra as insuficiências das várias teorias que mencionámos anteriormente, começando precisamente pela teoria de Bell e Fry:

*The nature of art, what it really is, so their theory goes, is a unique combination of certain elements (the specifiable plastic ones) in their relations. Anything which is art is an instance of significant form; and anything which is not art has no such form.*<sup>50</sup> (Weitz, 1956, p28)

---

49 Apenas uma resposta parece possível — a forma significativa. Em cada uma, linhas e cores combinadas de uma forma particular, certas formas e relações de formas, estimulam as nossas emoções estéticas. A estas relações e combinações de linhas e cores, a estas formas esteticamente emocionantes, chamo “Forma Significante”; e “Forma Significante” é a única qualidade a todos os trabalhos de arte visual. [T.L.]

50 A natureza da arte, aquilo que ela realmente é, afirma esta teoria, é uma combinação única de certos elementos (os elementos plásticos especificados) e das suas relações. Tudo aquilo que é arte é uma instância de forma significativa; e tudo aquilo que não é arte não possui tal forma. (Weitz, 2004)

Expõe seguidamente as fragilidades de outras teorias (emocionalistas, intuicionistas, organicistas, voluntaristas...), ora por serem demasiado genéricas (podendo abranger objectos que não objectos artísticos — elementos naturais, por exemplo), ora por serem demasiado específicas (excluindo assim algumas formas de arte, como a arquitectura ou a música). Ou, no caso da teoria que ele designa como voluntarista, de Dewitt H. Parker (1885-1949), porque apesar do autor identificar correctamente as insuficiências das outras teorias, não desiste de tentar uma definição, escapando-lhe, assim, o cerne da questão: o da indefinibilidade.

*Now, all of these sample theories are inadequate in many different ways. Each purports to be a complete statement about the defining features of all works of art and yet each of them leaves out something which the others take to be central. Some are circular, e.g., the Bell-Fry theory of art as significant form which is defined in part in terms of our response to significant form. Some of them, in their search for necessary and sufficient properties, emphasize too few properties, like (again) the Bell-Fry definition which leaves out subject-representation in painting, or the Croce theory which omits inclusion of the very important feature of the public, physical character, say, of architecture. Others are too general and cover objects that are not art as well as works of art. Organicism is surely such a view since it can be applied to any causal unity in the natural world as well as to art. Still others rest on dubious principles, e.g., Parker's claim that art embodies imaginative satisfactions, rather than real ones; or Croce's assertion that there is non-conceptual knowledge. Consequently, even if art has one set of necessary and sufficient properties, none of the theories we have noted or, for that matter, no aesthetic theory yet proposed, has enumerated that set to the satisfaction of all concerned.<sup>51</sup> (Weitz, 1956, p29-30)*

---

51 Todas as teorias apresentadas são inadequadas em diferentes aspectos. Todas elas pretendem fornecer uma descrição completa das características definidoras das obras de arte e contudo cada uma delas deixa de lado algo que as outras tomavam como central. Algumas dessas teorias são circulares — por exemplo, a teoria da arte de Bell-Fry da forma signifi-  
cante, que em parte define essa característica em função da nossa reacção à forma signifi-  
cante. Algumas, na sua procura das propriedades necessárias e suficientes, realçam

[continua]

Porém, é o próprio Weitz que afirma que essas críticas não são originais, que já haviam sido feitas antes. O que o move, então, é algo distinto, e com outro alcance: o propósito de demonstrar a impossibilidade de encontrar uma definição assente em condições necessárias e suficientes:

*But all these criticisms of traditional aesthetic theories — that they are circular, incomplete, untestable, pseudo-factual, disguised proposals to change the meaning of concepts-have been made before. My intention is to go beyond these to make a much more fundamental criticism, namely, that aesthetic theory is a logically vain attempt to define what cannot be defined, to state the necessary and sufficient properties of that which has no necessary and sufficient properties, to conceive the concept of art as closed when its very use reveals and demands its openness. The problem with which we must begin is not "What is art?," but "What sort of concept is 'art'?" Indeed, the root problem of philosophy itself is to explain the relation between the employment of certain kinds of concepts and the conditions under which they can be correctly applied.<sup>52</sup> (Weitz, 1956, p30)*

---

pouquíssimas características, como é o caso (mais uma vez) da definição de arte de Bell-Fry, que deixa de lado a representação de temas na pintura; ou a teoria de Croce, que omite a inclusão da importantíssima característica do meio público, do carácter físico, por exemplo, da arquitectura. Outras teorias são demasiado gerais e incluem objectos que não são arte a par com as obras de arte. O organicismo é certamente um exemplo disso, uma vez que pode ser aplicada a qualquer unidade causal do mundo natural, assim como à arte. Outras ainda baseiam-se em princípios dúbios, por exemplo, a afirmação de Parker de que a arte personifica satisfações imaginativas, em vez de satisfações reais; ou a afirmação de Croce de que existe conhecimento não conceptual. Consequentemente, mesmo que a arte tenha um conjunto de propriedades necessárias e suficientes, nenhuma das teorias que referimos, nem nenhuma das teorias propostas até à data, enumerou esse conjunto de propriedades de modo satisfatório para todos. [T.L.]

- 52 Mas todas estas críticas às teorias estéticas tradicionais — a crítica de que são circulares, ou incompletas, ou não testáveis, ou pseudo-factuais, ou meras propostas para mudar o significado dos conceitos — já tinham sido feitas. A minha intenção é ir além dessas críticas de modo a fazer uma crítica bem mais fundamental, nomeadamente, a de que a teoria estética é uma tentativa logicamente vã para definir aquilo que não pode ser definido, de determinação das propriedades necessárias e suficientes daquilo que não tem propriedades necessárias nem suficientes, de conceber o conceito de arte como fechado quando o seu próprio uso exige a sua abertura. § O problema com o qual temos de começar não é "O que é arte?", mas "Que tipo de conceito é "arte"?". De facto, o problema central da própria filosofia consiste em explicar a relação entre o uso de certos tipos de conceitos e as condições sob as quais eles podem ser correctamente aplicados. (Weitz, 2004)

Para resolver este problema filosófico, Weitz socorrer-se-ia de Wittgenstein<sup>53</sup> e das teorias das semelhanças de família, as *Familienähnlichkeit*, que Ludwig Wittgenstein (1889-1951) expusera nas suas “Investigações Filosóficas” (1995 [1953]) aplicadas às questões da filosofia da linguagem:

*Considera, por exemplo, os processos aos quais chamamos «jogos». Quero com isto dizer os jogos de tabuleiro, os jogos de cartas, os jogos de bola, os jogos de combate, etc. O que é comum a todos eles? Não respondas: «Tem de haver alguma coisa em comum senão não se chamariam jogos» – mas olha, para ver se têm alguma coisa em comum. – Porque, quando olhares para eles não verás de facto o que todos têm em comum, mas verás parecenças, parentescos, e em grande quantidade. (...)*

*E assim podemos percorrer muitos, muitos outros grupos de jogos e ver as suas parecenças surgir e desaparecer.*

*E o resultado desta investigação é o seguinte: vemos uma rede complicada de parecenças que se cruzam e sobrepõem umas às outras. Parecenças de conjunto e pormenor. (...)*

*Não consigo caracterizar melhor estas parecenças do que com a expressão «parecenças de família»; porque as diversas parecenças entre os membros de uma família, constituição, traços faciais, cor dos olhos, etc., etc., sobrepõem-se e cruzam-se da mesma maneira. – E eu direi: os jogos constituem uma família. (Wittgenstein, 1995 [1953], p227-8)*

A partir desse momento, porém, este debate assentaria sobre pressupostos consideravelmente distintos, passando-se de uma sucessão de tentativas de identificação de condições necessárias e suficientes, para a definição de um conjunto flexível de condi-

---

53 *If I may paraphrase Wittgenstein, we must not ask, What is the nature of any philosophical x?, or even, according to the semanticist, What does "x" mean?, a transformation that leads to the disastrous interpretation of "art" as a name for some specifiable class of objects; but rather, What is the use or employment of "x"? What does "x" do in the language? (Weitz, 1956, p30)*

ções, um conceito aberto<sup>54</sup> (e Weitz sugere que utilizar um conceito fechado no caso da arte seria apenas possível se feito de forma arbitrária).

*The problem of the nature of art is like that of the nature of games, at least in these respects: If we actually look and see what it is that we call "art," we will also find no common properties — only strands of similarities. Knowing what art is is not apprehending some manifest or latent essence but being able to recognize, describe, and explain those things we call "art" in virtue of these similarities.*<sup>55</sup> (Weitz, 1956, p30)

Apesar de, como diz Dickie, as dificuldades da teoria de Weitz terem passado despercebidas durante um período considerável (Dickie, 2008b, p126) e os filósofos da arte terem ficado paralisados perante uma teoria ancorada no pensamento de Wittgenstein (Dickie, 2008b, p117), a mesma não era isenta de falhas. Uma das críticas mais importantes seria feita por Maurice Mandelbaum (1908-1987) que assinalou o facto de Weitz, ao adoptar a teoria das semelhanças de família de Wittgenstein, incorrer no mesmo tipo de erro que se podia apontar à teoria original — centrar-se nas características patentes (dos objectos artísticos, num caso, dos jogos, noutro) e descuidar as características não-patentes:

---

54 Um conceito é aberto se as suas condições de aplicação são reajustáveis e corrigíveis; isto é, se uma situação ou um caso pode ser imaginado ou obtido, o qual requeresse algum tipo de decisão da nossa parte de modo ou a alargar o uso do conceito para abranger o novo caso ou a fechar o conceito inventando um novo para abranger o novo caso e a sua nova propriedade. Se podemos estabelecer condições necessárias e suficientes para a aplicação de um conceito, o conceito é fechado. Mas isto é algo que apenas pode acontecer na lógica e na matemática onde os conceitos são construídos e completamente definidos. Isto não pode acontecer com conceitos empiricamente descritivos e normativos, a não ser que os fechemos arbitrariamente estipulando o alcance dos seus usos. (Weitz, 2004)

55 O problema da natureza da arte é como o da natureza dos jogos, pelo menos neste aspecto: se olharmos e virmos a que é que chamamos "arte", também não iremos encontrar nenhuma propriedade comum — apenas cadeias de similaridades. Saber o que é arte não é apreender uma essência manifesta ou latente mas ser capaz de reconhecer, descrever e explicar aquelas coisas a que chamamos "arte" em virtude de certas similaridades. (Weitz, 2004)

*Although he does not attempt a definition of "art" Mandelbaum does suggest that features common to all works of art may perhaps be discovered that will be a basis for the definition of "art" if the nonexhibited features of art are attended to.*<sup>56</sup> (Dickie, [1974] 2008, p427)

Resulta daqui evidente que, como seria expectável, este “fim das definições de arte” decretado por Weitz, seria apenas o começo de um novo ciclo de teorias da arte, que passariam, depois do silêncio aquiescente inicial, a contemplar a teoria de Weitz no histórico a considerar e contrapor. Assim, a partir de meados da década de 60, a discussão reacender-se-ia com, entre outros, uma série de artigos de Arthur Danto (1924-), que ignoravam a abordagem *wittgensteiniana* de Weitz e retomavam a discussão, pondo o foco noutro aspecto. A partir de um argumento novo — o dos pares indistinguíveis (objectos formalmente similares, em que um é considerado uma obra de arte e outro não — casos, por exemplo, de um urinol vulgar e a “Fonte” de Duchamp ou o de uma caixa de detergente *Brillo* ou a “Caixa de Brillo” de Andy Warhol) — procurava demonstrar-se o papel decisivo do contexto em que o objecto existe, para determinar a sua condição de objecto artístico.

Compõem esse contexto e são necessários ao reconhecimento do objecto como arte “uma atmosfera artística, um conhecimento da história da arte: um mundo da arte”.

*To see something as art requires something the eye cannot decry - an atmosphere of artistic theory, a knowledge of the history of art: an artworld.*<sup>57</sup> (Danto, 1964, p580)

---

<sup>56</sup> Apesar de não ensaiar uma definição de “arte”, Mandelbaum sugere que características comuns a todas as obras de arte possam talvez ser descobertas e podem ser uma base para a definição de “arte” se as características não-patentes forem igualmente consideradas. [T.L.]

<sup>57</sup> Ver alguma coisa como arte requer qualquer coisa que o olho não pode descortinar — uma atmosfera de teoria artística, um conhecimento da história da arte: um mundo da arte. [T.L.]



Fig. 3 | **Andy Warhol** (1928-1987) Brillo Soap Pads, serigrafia sobre contraplacado (50x50x43 cm), 1964-69

Serão essas circunstâncias em que o objecto acontece que, por fim, permitirão discernir entre “pares indistinguíveis”.

***What in the end makes the difference between a Brillo box and a work of art consisting of a Brillo Box is a certain theory of art.***

*It is the theory that takes it up into the world of art, and keeps it from collapsing into the real object which it is (...). Of course, without the theory, one is unlikely to see it as art, and in order to see it as part of the artworld, one must have mastered a good deal of artistic theory as well as a considerable amount of the history of recent New York painting. It could not have been art fifty years ago. But then there could not have been, everything being equal, flight insurance in the Middle Ages, or Etruscan typewriter erasers.*



*The world has to be ready for certain things, the artworld no less than the real one. It is the role of artistic theories, these days as always, to make the artworld, and art, possible.*<sup>58</sup> (Danto, 1964, p581; sublinhados nossos)

Depois, tomando como pontos de partida, entre outros, os conceitos de Danto sobre o “mundo da arte” e as ideias de Mandelbaum sobre as características não-patentes dos objectos, George Dickie desenvolveria duas versões das teorias institucionalistas da arte. No ensaio de 1974 “What is Art? An Institutional Analysis”, e partindo de uma característica não-patente, a artefactualidade<sup>59</sup>, e da pertença a uma instituição designável por “mundo da arte”, explanaria a sua primeira definição de objecto artístico:

*A work of art in the classificatory sense is (1) an artifact (2) a set of the aspects of which has had conferred upon it the status of candidate for appreciation by some person or persons acting on behalf of a certain social institution (the artworld).*<sup>60</sup> (Dickie, 1997, p431)

---

58 *O que, afinal de contas, faz a diferença entre uma caixa de Brillo e uma obra de arte consistindo numa caixa de Brillo é uma determinada teoria da arte. É a teoria que a recebe no mundo da arte e a impede de cair na condição do objeto real que ela é (...) É claro que, sem a teoria, é improvável que alguém veja isso como arte e, a fim de vê-lo como parte do mundo da arte, a pessoa deve dominar uma boa parte da teoria artística, bem como uma parte considerável da história da recente pintura nova-iorquina. Não poderia ter sido arte há cinquenta anos atrás. Mas também não poderia ter havido, se tudo permanece igual, seguro de voo na Idade Média ou borrachas para máquinas de escrever etruscas. O mundo tem que estar pronto para certas coisas – o mundo da arte não menos do que o real. É o papel das teorias artísticas, hoje como sempre, tornar o mundo da arte e a própria arte possíveis.* [T.L.]

59 A necessidade de (re)afirmar a artefactualidade como uma condição necessária vem na sequência da confusão que Weitz introduzira (e esta é um das críticas que lhe são feitas por Mandelbaum e depois pelo próprio Dickie no ensaio “Defining Art” (Weitz, 2004)) ao afirmar que um bocado de madeira trazido pela corrente poderia ser classificado como obra de arte apesar de não ser resultado da acção humana. Ao usar esse exemplo, Weitz contemplava o sentido valorativo da expressão “obra de arte” num plano equivalente ao seu sentido classificativo, e introduzia uma dificuldade desnecessária no seu argumento.

60 *Uma obra de arte no sentido classificativo é 1) um artefacto 2) um conjunto dos aspectos que lhe conferem o estatuto de candidato a apreciação por uma pessoa ou pessoas que representam uma dada instituição social (o mundo da arte).* [T.L.]

Na segunda versão, publicada em *The Art Circle: A Theory of Art* (1997 [1984]), Dickie integraria algumas objecções que haviam sido feitas à primeira e reveria alguns dos seus próprios pressupostos. Nomeadamente, por entender agora, ao contrário do que afirmara anteriormente, que a artefactualidade não podia ser simplesmente uma qualidade “atribuída” pelo artista, mas antes, que mesmo objectos não sujeitos a alterações — como os *ready-made* de Duchamp — correspondiam a “artefactos mínimos”, cuja artefactualidade não era meramente atribuída mas efectivamente concretizada através do acto de integração no contexto do mundo da arte. Na nova versão o objecto artístico é definido em função de regras que Dickie classifica de não-convencionais, um conjunto de axiomas interdependentes, de que o principal é

*A work of art is an artifact of a kind created to be presented to an artworld public.*<sup>61</sup> (Dickie, 1997 [1984], p80)

Sendo aquele complementado por outras quatro noções que clarificam um conjunto de conceitos fundamentais, integrantes ou subsidiários daquele:

*An artist is a person who participates with understanding in the making of a work of art.*

*A public is a set of persons the members of which are prepared in some degree to understand an object which is presented to them.*

*The artworld is the totality of all artworld systems.*

*An artworld system is a framework for the presentation of a work of art by an artist to an artworld public.*<sup>62</sup> (Dickie, 1997 [1984], p80)

---

61 *Uma obra de arte é um artefacto de um certo tipo criado para ser apresentado a um público do mundo da arte.* (Warburton, 2007, pp126)

62 *Um artista é uma pessoa que participa conscientemente na produção de uma obra de arte. / Um público é um conjunto de pessoas cujos membros têm suficiente preparação para compreender um objecto que lhes seja apresentado. / O mundo da arte é a totalidade de todos os sistemas do mundo da arte. / Um sistema do mundo da arte é uma estrutura para a apresentação de uma obra de arte pelo artista a um público do mundo da arte.* (Warburton, 2007, pp126-127)

Ao excluir da sua classificação os elementos não-patentes e baseando-a nos aspectos não-convencionais e, portanto, não sujeitos a mudanças (agora definidos através do cruzamento de um conjunto de proposições), Dickie excluía qualquer aspecto valorativo dessa classificação e, pelo contrário, propunha uma chave neutra, menos sujeita a subjectividades.

*The general claim of the institutional theory is that if we stop looking for exhibited (easily-noticed) characteristics of artworks such as representationality, emotional expressivity, and the others that the traditional theorists focused on, and instead look for characteristics that artworks have as a result of their relation to their cultural context, then we can find defining properties.*<sup>63</sup>

(Dickie, 1974, p55)

Naturalmente, também esta teoria institucionalista de Dickie seria sujeita a críticas, nomeadamente a da circularidade que pode advir da interdependência dos diversos conceitos, e outras relacionadas com a possibilidade da arte existir fora do “mundo da arte”; sobre as diversas formas como o “mundo da arte” pode definir o que é ou não uma obra de arte, etc. Apesar disso, a teoria institucionalista teve óbvio impacto e, ultrapassadas as questões da definição de cada um daqueles conceitos, continua a ser, pelo menos, uma descrição bastante próxima dos modos de legitimação utilizados no mundo do arte. Como se o “mundo da arte”, ao ver-se assim descrito, aproveitasse para refinar, em proveito próprio, os mecanismos que o sustentam e fazem mover-se. Ou, dito de outra forma, a matriz da teoria institucionalista tem flexibilidade suficiente para se adaptar à modificação

---

<sup>63</sup> A ideia geral da teoria institucional é de que se deixarmos de procurar características patentes (facilmente identificáveis) das obras de arte, tais como a capacidade de representação, a expressividade emocional, e as outras em que os teóricos tradicionais se focaram, e, ao contrário, procurarmos as características que as obras de arte exibem como resultado da sua relação com o contexto cultural, então poderemos encontrar propriedades definidoras. [T.L.]

dos seus conceitos-chave. Mesmo que se possa ter sobre a mesma uma visão algo caricatural (que o próprio Dickie antecipou...):

*The institutional theory of art may sound like saying, "A work of art is an object of which someone has said, 'I christen this object a work of art.'" And it is rather like that, although this does not mean that the conferring of the status of art is a simple matter.*<sup>64</sup>

(Dickie, [1974] 2008, p436)

Surgidas da crítica às definições institucionalistas, as definições históricas fazem depender o reconhecimento da obra de arte da similitude existente entre a forma como um objecto é encarado num dado momento temporal e a forma como outros objectos artísticos pré-existentes são ou foram antes encarados. Destas, a mais importante será provavelmente a de Jerrold Levinson (1948- ), descrita como sendo histórico-intencional — *intencional* na medida em que faz depender o estatuto de obra de arte da existência de uma intenção séria de ser como tal encarada, *histórica* porque fá-lo tendo em conta a forma como outras obras de arte foram ou são encaradas:

*In short, it is that an artwork is a thing (item, object, entity) that has been seriously intended for regard-as-a-work-of-art — i.e., regard in any way preexisting artworks are or were correctly regarded.*<sup>65</sup> (Levinson, 2011 [1990], p38-39)

Levinson associa a condição de propriedade do artista sobre os elementos que compõem a obra de arte para que esta possa ser considerada como tal. Resolve assim a possibilidade de que o

---

64 A teoria institucionalista da arte pode soar qualquer coisa como “Uma obra de arte é um objecto de que alguém disse, ‘Eu baptizo este objecto como obra de arte.’” E é qualquer coisa como isso, embora isso não signifique que a atribuição do estatuto de arte seja uma questão simples. [T.L.]

65. Uma obra de arte é uma coisa (um item, objecto, entidade) relativamente ao qual houve a intenção séria de ser vista como uma obra de arte — isto é, vista do modo como as obras de arte preexistentes são ou foram correctamente vistas. [T.L.]

artista decreta como sendo obras de arte, sem limites, os objectos que o rodeiam e que de não pode dispor livremente.



Fig. 4 | **Richard Long**, *A line made by walking*, England, 1967

Porém, esta ressalva cria problemas com algum tipo de obras de arte, nomeadamente do domínio da *Land Art*, em que o artista faz uma intervenção efémera sobre uma paisagem, ou as intervenções de Banksy nas paredes das cidades do mundo, por exemplo.

*For example (...) Duchamp attempted to appropriate the Woolworth Building as a readymade. Many have claimed that this is one readymade that Duchamp failed to enfranchise as art. The*

*reason, according to the Historical Definition of Art, is that Duchamp neither owned the Woolworth Building, nor did those who did endorse his attempted transfiguration of it into art.*<sup>66</sup> (Carroll, 1999, p243)

O aspecto mais crítico da definição de Levinson, será, no entanto, o facto de remeter para uma espécie de circularidade externa, que não está tanto na definição, mas antes no próprio mundo da arte, onde arte é aquilo que se faz com intenção de ser arte e se parece com o que historicamente assim foi considerado...

O mesmo tipo de problema pode ser apontado à definição, dita histórico-narrativista, de Noël Carroll (1941- ):

*a sufficient but not necessary condition for the identification of a candidate as a work of art is the construction of a true historical narrative according to which the candidate was created by an artist in an artistic context with a recognized and live artistic motivation, and as a result of being so created, it resembles at least one acknowledged artwork.*<sup>67</sup> (Carroll citado em Adajian, 2012)

Esta definição narrativa da arte do presente através desses rastros ou reflexos do passado, levanta também algumas questões: a dependência de circunstâncias parcialmente devedoras das noções institucionalistas (“um artista” e “um contexto artístico”), a existência de intenções de difícil comprovação (“uma reconhecida e viva motivação artística”), ou, mais importante, a exclusão

---

<sup>66</sup> Por exemplo (...) Duchamp tentou apropriar-se do Woolworth Building como um ready-made. Muitos afirmaram que este foi um ready-made que Duchamp não conseguiu emancipar como arte. A razão, de acordo com a definição histórica de arte, é que Duchamp nem era dono do Woolworth Building, nem aqueles que eram aprovaram a sua transfiguração para arte. [T.L.]

<sup>67</sup> Uma condição suficiente mas não necessária para a identificação de uma obra de arte é a construção de uma verdadeira narrativa histórica de acordo com a qual a candidata foi criada por um artista num contexto artístico com uma reconhecida e viva motivação artística, e que, como resultado de ser assim criada, se parece com pelo menos uma obra de arte reconhecida. [T.L.]

de versões não consagradas da história, nomeadamente as que não cabem na tradição da historiografia ocidental.

Outras teorias renovam uma apreciação funcionalista da arte, fazendo assentar o reconhecimento e a avaliação da obra de arte mais nas características estéticas<sup>68</sup> — entendidas como “qualidades perceptivamente evidentes que podem ser imediatamente observáveis nas obras, sem conhecimento da sua origem, propósito ou características artísticas” (Adajian, 2012) — e menos nas características artísticas (referenciadas ao mundo da arte, à história da arte, etc.) Destas, uma das definições mais importantes será a teoria instrumentalista de Monroe Beardsley (1915-1985), que embora sendo uma teoria de avaliação da arte e não da sua definição, não evita uma definição de obra de arte assente na capacidade do objecto fornecer valor estético:

*An artwork [is] either an arrangement of conditions intended to be capable of affording an experience with marked aesthetic character or (incidentally) an arrangement belonging to a class or type of such arrangements that is typically intended to have this capacity.*<sup>69</sup> (Beardsley citado em Adajian, 2012)

As objecções a esta e a outras teorias estéticas fazem-se ou por serem demasiado restritivas — excluindo (hipoteticamente) obras de que estão ausentes propriedades estéticas —, ou por serem demasiado abrangentes — permitindo a possibilidade de inclusão de objectos que, não sendo obras de arte, possuem óbvias intenções estéticas; e interessam-nos particularmente porque chegam à falha continental onde cremos situarem-se as

---

<sup>68</sup> (...) *perceptually striking qualities that can be directly perceived in works, without knowledge of their origin and purpose* (...) (Adajian, 2012)

<sup>69</sup> *Uma obra de arte é ou uma composição de condições destinadas a ser capaz de proporcionar uma experiência com marcado carácter estético ou (incidentalmente) uma composição pertencendo à classe ou tipo dessas composições que normalmente é suposto terem essa capacidade.* [T.L.]

questões que ligam o design (ou melhor, não ligam) a todo o debate estético: aqui são finalmente invocados como (contra-) exemplos, belos automóveis — o design industrial faz uma rara aparição numa discussão de que está constantemente arredado:

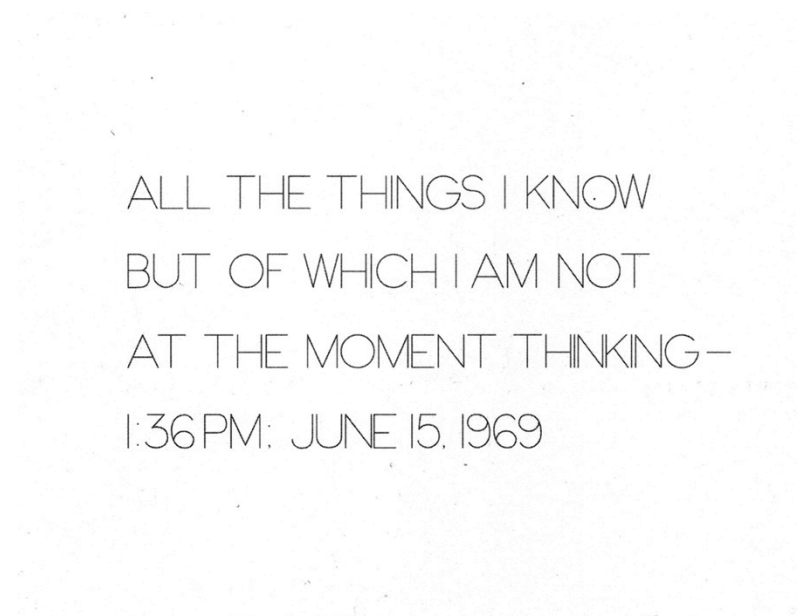


Fig. 5 | **Robert Barry** (1936-), "All the things I know but of which I am not at the moment thinking — 1:36 PM; June 15, 1969", diversos suportes, dimensões variáveis, (1969-)

*Aesthetic definitions have been criticized for being both too narrow and too broad. They are held to be too narrow because they are unable to cover influential modern works like Duchamp's ready-mades and conceptual works like Robert Barry's "All the things I know but of which I am not at the moment thinking — 1:36 PM; June 15, 1969", which appear to lack aesthetic properties. (...) Aesthetic definitions are held to be too broad because beautifully designed automobiles, neatly manicured lawns, and products of commercial design are often created with the intention of being objects of aesthetic appreciation, but are not art-works.<sup>70</sup> (Adajian, 2012)*

<sup>70</sup> As definições estéticas têm sido criticadas tanto por serem demasiado estreitas, como por serem demasiado amplas. São tidas como demasiado estreitas por serem incapazes de abranger influentes obras modernas como os ready-mades de Duchamp e trabalhos conceituais como "All the things I know but of which I am not at the moment thinking — 1:36 PM". [continua]



É no entanto na súmula das réplicas que se aponta para aquilo que afirmámos no início deste capítulo (e que, afinal, em parte o justifica): a constatação ou, pelo menos, a hipótese, de que esses objectos (carros, produtos de design industrial) se encontram na fronteira entre arte e não-arte, não podendo, portanto, constituir-se como exemplos claros naquela disputa:

*To these criticisms several responses have been offered. (...) As to the over-inclusiveness of aesthetic definitions, a distinction might be drawn between primary and secondary functions. **Or it may be maintained that some cars, lawns, and products of industrial design are on the art/non-art borderline, and so don't constitute clear and decisive counter-examples.***<sup>71</sup> (Adajian, 2012; sublinhados

nossos)

Assim, chegados ao final do século XX, era tempo de inventário, como diz (e faz) Robert Stecker num ensaio intitulado “Is It Reasonable to Attempt to Define Art?” (2000). O título do ensaio indicia o sentido do balanço: o intenso debate ocorrido ao longo do século tinha desembocado num novo impasse<sup>72</sup>. Stecker começa por lamentar a aparente desmobilização motivada pelo cepticismo quanto à possibilidade de um dia se chegar a uma definição, contraditória, entende ele, no exacto momento em que

---

PM; June 15, 1969”, de Richard Barry, a que parecem faltar propriedades estéticas. (...) As definições estéticas são tidas como sendo demasiado amplas, porque automóveis muito bem desenhados, relvados impecavelmente cuidados e produtos de design comercial, são frequentemente criados para serem objecto de apreciação estética, mas não são obras de arte. [T.L.]

71 Estas críticas justificaram várias resposta (...) Quanto ao excesso de inclusividade das definições estéticas, pode fazer-se uma distinção entre funções primárias e secundárias. **Ou pode defender-se que alguns carros, relvados, e produtos de design indistial estão na fronteira arte/não-arte e, portanto, não constituem contra-exemplos claros e decisivos.** [T.L.]

72 The project of defining art has had an uneven reception in our now-expiring century. Pursued confidently in its first half, the project looked to be both theoretically wrongheaded and nearly drowned in a sea of counter-examples in the middle years. However, like almost any other philosophical project, the weight of objections could not kill it off completely, and, in fact, in the last few decades, there has been a vigorous revival of interest in defining art and much ingenuity expended in offering up proposals. Now in the late nineties we appear to be doing inventory. (Stecker, 2000, p45)

parecia estarem definidos aspectos consensuais que permitiriam prosseguir a reflexão.

*On the optimistic side, I see a rough, but still surprising, convergence of views, if not nomenclature, about what the right definition of art ought to look like, about the terms in which art ought to be defined. On the other hand, I see a sharp increase in skeptical sentiments about the feasibility and value of the project. (...) If I am right about both trends, we are in the paradoxical situation of losing faith in the project just when a modicum of consensus may be in the offing.*<sup>73</sup> (Stecker, 2000, p45)

A resposta de Stecker à sua própria interrogação é, naturalmente, afirmativa: é razoável continuar a tentar definir arte. Desde que se esteja em paz com a ideia de que não há uma resposta que “resolva o problema”, e que se encare como suficientemente reconfortante a possibilidade de ir alargando um território comum, consensual, que cruza aspectos das várias teorias e visões.

*All this suggests that, for the project of defining art, both extreme pessimism (skepticism fed on despair of making progress in this arena) and overly buoyant optimism (supposing there is a definition that reveals the essence of art) are misplaced. What we can reasonably hope to do is suggest ways of making sense of a practice which is not so uniform as to yield an essence of art and not so shot through with inconsistency as to resist any attempt at sense making. By doing so, we become clearer about our individual conceptions of art, can examine them against various desiderata for adequately defining art, and perhaps extend the common ground in our various individual conceptions.*<sup>74</sup> (Stecker, 2000, p61)

---

73 Na visão optimista, vejo uma pouco refinada, mas ainda assim surpreendente, convergência de visões, ainda que não de nomenclatura, acerca da forma que uma correcta definição de arte deveria ter, acerca dos termos em que a arte deveria ser definida. Por outro lado, vejo um agudo crescimento de sentimentos de cepticismo sobre a exequibilidade e valor do projecto. (...) Se estou certo quanto a ambas as tendências, estamos na situação paradoxal de perder a fé no projecto quando está no horizonte um consenso mínimo. [T.L.]

74 Tudo isto sugere que, para o projecto de definir arte, tanto o pessimismo extremo (cepticismo alimentado pelo desespero de fazer progressos neste campo) e optimismo claramente exagerado (supor que há uma definição que revela a essência da arte) são

[continua]

Independentemente das visões mais ou menos entusiásticas sobre a razoabilidade de continuar a tentar, parece razoavelmente seguro afirmar que os filósofos não vão abandonar a arte ou cessar de procurar defini-la. Na mesma medida em que a arte vai continuar a interpelar os filósofos, procurando definir-se a partir de dentro, questionando-se no seu propósito de cada vez que acontece — em cada instância em que é arte.

---

*deslocados. O que podemos, razoavelmente, esperar fazer é sugerir formas de fazer sentido de uma prática que não é tão uniforme que permita produzir uma essência da arte e não tão trespassada por inconsistências que possa resistir a toda e qualquer tentativa de fazer sentido. Ao fazê-lo, tornamos mais claras as nossas próprias concepções de arte, podemos examiná-las em confronto com outros desideratos de definir adequadamente arte, e talvez expandir o território comum às nossas várias concepções individuais. [T.L.]*

### 1.3. O fosso entre design e arte (e uns sítios no meio)

Ao longo da sua história, a filosofia da arte não parece revelar grande consideração ou interesse pelo design. Nem mesmo em anos mais recentes, quando a ubiquidade do design se tornou incontornável, se assistiu a um sensível aumento de interesse pela disciplina, pela actividade e pelos seus produtos, tão inevitavelmente presentes na vida dos filósofos como de todas as outras pessoas. Seria de esperar que o embate quotidiano de filósofos com torradeiras, automóveis, capas de livros ou computadores pessoais, levasse a um crescente interesse sobre as questões que lhe estão subjacentes. Mas não tem sido esse o caso. Certamente que se tem escrito sobre estas questões, mas têm sido sobretudo críticos e teóricos do design a fazê-lo.

A disciplina ou a própria palavra “design” está totalmente ausente da bibliografia fundamental, mesmo se considerarmos os títulos mais recentes, e as obras de carácter mais abrangente e exaustivo (*readers, companions, etc.*)

A título de exemplo:

— Nas oitocentas trinta e oito páginas de *The Oxford Handbook of Aesthetics* (Levinson, 2005) a palavra design ocorre vinte e duas vezes, mas quase sempre numa das outras acepções que tem na língua inglesa, com um valor semântico diferente daquele que nos interessa (abordaremos esses aspectos no próximo capítulo): como verbo ou como sinónimo de padrão, *layout* ou composição. Nunca como objecto de discussão, mas sempre como partícula de um outro assunto e, ainda assim, apenas num caso aplicada no sentido em que seria expectável encontrá-la — na frase “*Consider the simplicity of design that characterizes Shaker furniture.*” (p96);

— o *The Routledge Companion to Aesthetics* dedica ensaios individuais a formas de expressão como a literatura, o teatro, o cinema, a fotografia, a pintura, a escultura, a arquitectura, a música e a dança (nada de inesperado, aqui), mas também à estética feminista, ao estilo, à criatividade, ao humor, etc. Nas suas setecentas e cinco páginas, *design* ocorre trinta e nove vezes, nenhuma com o sentido que nos interessa (nem mesmo no capítulo “High art versus low art” (Fisher, 2005) em que se discutem coisas *menos elevadas*, como os episódios da série televisiva *Seinfeld* ou a complexidade das letras de Bob Dylan anteriores a 1968);

— em *A Companion to Aesthetics* editado pela Wiley-Blackwell (Davies et al., 2009) há trinta e uma ocorrências da palavra, e apenas por uma vez ela é utilizada para se referir à actividade que está na origem dos objectos industriais: “In the design of useful objects (see Dormer 1990) stylistic excellence can also best be thought of as (...)” (Harrison, 2009, p546)

—a palavra *design* aparece duas (!) vezes nas duzentas e sessenta e oito páginas de *Theories of Art Today* (2000), antologia editada por Carroll e em ambos os casos, mais uma vez, num sentido não disciplinar. Em *Philosophy of Art* (1999), obra em que o mesmo autor faz uma síntese do estado da arte nesse domínio da filosofia, a palavra aparece usada com maior frequência. Carroll usa em inúmeras ocasiões a expressão “design appreciation”, nomeadamente nos capítulos sobre forma e apreciação<sup>75</sup> e sobre a experiência estética<sup>76</sup>, quase sempre a propósito de aspectos de

---

<sup>75</sup> *Art appreciation, then, in large measure is design appreciation— knowing how the work works, seeing how its parts are intended to function toward the realization of the point(s) or purpose(s) of the work.* (Carroll, 1999, p150)

<sup>76</sup> *In this regard, what in the previous chapter was called design appreciation is a major subcategory of aesthetic experience. Design appreciation focuses upon how a work works. It*

[continua]

composição e apreciação da forma nas artes visuais, com excepção de duas referências utilizadas a título de contra-exemplo (“*the only intention behind the design of speed boats*” (p175) e “*the design of an armored car*” (p188)). Mas, mais uma vez, não é o design enquanto actividade ou disciplina nem os artefactos a que dá origem que são o centro da reflexão.

Mesmo admitindo que não fosse expectável que o design tivesse o mesmo tipo de atenção de outras formas de expressão que há anos estão no cerne da debate estético, dir-se-ia ser ainda menos expectável que pudesse ser vítima de tão convicto desinteresse. Sobretudo numa época que se diz ser demasiado dominada pelos ditames do design (ou daquilo que se julga como tal). Se não é novidade que tamanha evidência não se revele aos olhos dos políticos, era de esperar que não passasse despercebida aos filósofos. É que se, num futuro qualquer, a relevância do design na sociedade das últimas décadas viesse a ser avaliada pela atenção que os filósofos da arte lhe prestaram, dir-se-ia que era pouco menos que nula. Ora, considerando a presença na sociedade (explícita ou implícita) que de facto tem, seremos levados a concluir que ou aqueles não consideram o design digno de reflexão estética ou avaliaram muito mal a sua importância. O que quer que se pense acerca das reflexões do filósofo esloveno Slavoj Žižec (1949-) sobre o que as variações regionais no design das retretes dizem sobre a ideologia dos povos que as usam, não deixará de lamentar-se que elas sejam uma excepção na regra do desinteresse.

“Interessamo-nos pelo objecto porque, afinal, ele exterioriza e assim revela o sujeito” (Dagognet, 2002) — escreve o filósofo

---

*is preoccupied with the ways in which the means employed in an artwork suit (or ill-suit) its purposes. (op. cit., p188)*

francês François Dagognet (1924-) na entrada intitulada “*design*” do seu glossário básico. Pois bem, é exactamente isso que se espera.

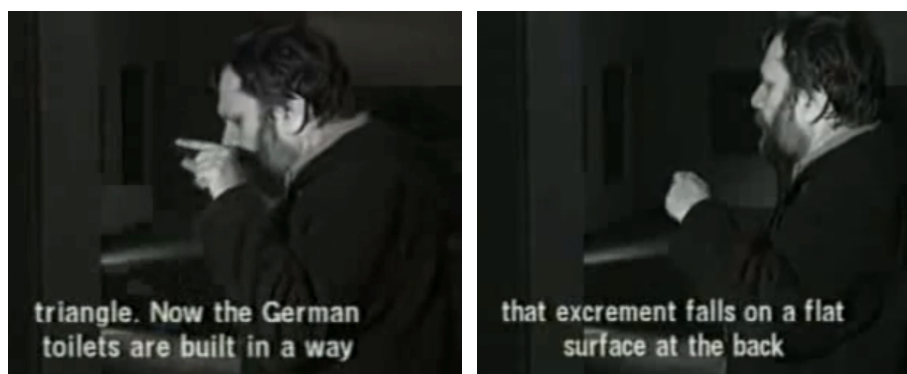


Fig. 6 | Slavoj Žižec, On toilets and ideology (conferência), 2007 (fotografias de excerto de vídeo – YouTube)

Porém, não é apenas a filosofia da arte que ignora o design. No domínio da filosofia da tecnologia o cenário não é muito diferente. Ainda que aqui o termo *design* seja mais central da retórica específica (“*design concepts*”, “*design process*”, “*design methodology*”, “*engineering design*”, etc), o design, enquanto campo disciplinar definido e autónomo, continua a não fazer parte do debate. O *design*, que era sinónimo de *composição* no debate estético, passa a ser uma maneira de dizer *concepção* ou *planeamento*, integrado no discurso das engenharias ou da informática. E assim, se voltarmos a tomar como medida uma obra de referência de teor e alcance equivalentes àquelas que referimos anteriormente — *A Companion to the Philosophy of Technology* (Friis et al., 2009) —, verificamos que, apesar da palavra aparecer duzentas e trinta e cinco vezes, não se encontram quaisquer referências aos protagonistas da história do design (autores, instituições ou empresas) ou da teoria do design.

E ainda que haja capítulos individuais sobre, por exemplo, a ética da arquitectura, da agricultura, da engenharia, da alimentação,

dos media, etc., não há qualquer menção à ética do design que pareceria ter aqui tanto ou até mais cabimento como algumas daquelas matérias. Por fim, *design* não aparece sequer referenciado no índice remissivo. Como explicar também isto? Esta total dissociação de tecnologia e design?

A partir dos anos trinta do século passado — década em que foram publicadas obras pioneiras como *Art and industry: the principles of industrial design* (1934), de Herbert Read (que ainda assim alguns já nessa altura reputavam de chegar atrasada cem anos<sup>77</sup>), e *Pioneers of modern design* (1991 [1936]) de Nikolaus Pevsner (1902-1983) — a atenção de pensadores e críticos de arte parecia finalmente voltar-se para o design. Porém, o estatuto de maioridade que então parecia anunciar-se só começou a ser de facto consolidado a partir do final da década de 50, vencida a custo a inércia dos meios académicos e das disciplinas tradicionais, e graças às rápidas transformações sociais<sup>78</sup>. Desde daquela altura, e ao mesmo tempo que a produção teórica interna à disciplina crescia consistentemente, o design e os seus produtos seriam finalmente objecto de interesse e análise por parte de filósofos e outros pensadores relevantes (casos de Roland Bar-

---

77 On its publication in 1934, Herbert Read's *Art and Industry* was seen as perhaps the most important discussion of design to have been published in Britain since the renewal identification of the topic in this century. A reviewer expressed this feeling with the claim that 'we have waited a very long time for it— one might say we have waited a hundred years'. (Kinross, 1988, p35)

78 A rampant anti-intellectualism, combined with hierarchical dominance of the fine-arts, the history of art, and the idea of 'culture' in the arts and design schools, served to make discussions of design in any historical sense more or less impossible. But (...) in the 1950s and 1960s (...) design came of age (...) The consumer revolutions of the post-war period, the institutionalization of design, the expansion of art and design education, and the explosion of youth and pop cultures, all served in different ways to highlight design and styling skills and to emphasize the new significance of the look or the style of things (...) (Dilnot, 2010, p274)



thes, com a publicação de “Mythologies”<sup>79</sup> (1957), ou de Jean Baudrillard, com “Le système des objets”<sup>80</sup> (1968).) Todavia, mesmo esse interesse de nomes mais “respeitáveis” não parece ter redundado, como vimos, numa reflexão continuada sobre a disciplina ou na sua inclusão no conjunto de temas pertinentes da filosofia da arte ou da tecnologia.

Poder-se-á, apesar de tão flagrante *desconsideração*, procurar encontrar nas teorias da arte algumas pontes de ligação com o design que possam ser úteis na definição do próprio design. Ainda que, como veremos adiante, as dificuldades na definição de design tenham mais a ver com encontrar um entendimento comum sobre os contornos e alcance daquilo que, a cada momento, se procura definir, do que, como acontece no caso da arte, com a volatilidade do sujeito. Não procurando forçar a aplicabilidade das teorias da arte ao design, haverá nelas alguns aspectos que têm validade, apesar de parcial, no design.

Se, a benefício da discussão, admitirmos como razoável que os objectos industriais podem veicular e suscitar emoções estéticas, então poderíamos arriscar dizer que as teorias expressionistas da arte teriam algum tipo de aplicação no design. Porém, não sendo propósito do design buscar a empatia por meio da expressão de emoções, mesmo que tal empatia ocorresse, não poderia nunca ser condição necessária para que se pudesse dizer de algo que era design. O mesmo se poderia dizer da teoria da *forma significativa*.

---

<sup>79</sup> Livro reunindo um conjunto de ensaios em que o pensador francês aborda alguns novos mitos da cultura popular; tendo ficado célebres — no que ao design diz respeito — os ensaios sobre o modelo DS 19 (a deusa) e o ensaio sobre o plástico e os polímeros com nomes de deusas gregas (no mesmo ano o realizador Alan Resnais realizaria uma das suas primeiras curta-metragens, “Le Chant du Styrène”, sobre o polistireno).

<sup>80</sup> Em “Le Système des objets”, o sociólogo Jean Baudrillard faz uma abordagem do consumo e do valor simbólico dos objectos a partir do contexto doméstico francês, destacando as funções simbólicas dos objectos para além das suas funções primárias.

Sujeita a objecções similares, poderia, em abstracto, ser aplicada ao design. Não seria difícil transpô-la, quase nos mesmos termos, para certos domínios do design gráfico, por exemplo (pois não são os elementos constantes da composição gráfica — formas, linhas, manchas, imagens, letras — essencialmente os mesmos que participam da pintura, e, particularmente, do cubismo, corrente pictórica que Fry e Bell procuravam ajudar a legitimar perante os seus pares?...)

Já as teorias assentes em conceitos abertos prestam-se, com a necessária transposição de conceitos, a ser mais facilmente aplicáveis ao design. Há na teoria institucional da arte ou nas definições narrativas da arte, e substituídas as variáveis específicas (“mundo da arte”, “história da arte”, etc., pelos seus correspondentes), elementos que teriam operacionalidade semelhante se aplicados ao design. A questão que se poderia pôr seria a de saber se isso acontece porque aquelas definições são suficientemente abertas para admitirem outras aplicações, ou se é o design (e as suas *semelhanças de família* com a arte...) que é particularmente apto a recebê-las.

### 1.3.1. Uns sítios no meio

Em 1967 o artista inglês Richard Hamilton (1922-2011), pioneiro da *Pop Art*, produziu a obra intitulada “Toaster” que, combinando serigrafia, litografia e película metalizada de poliéster, representava uma fotografia de uma torradeira da marca Braun contra um fundo abstracto difuso. Por baixo da imagem, um texto composto em Helvetica — a fonte usada pela Braun na sua produção gráfica — parafraseava parcialmente a sóbria retórica promocional da empresa para descrever, simultânea e ambigualmente, a obra e o objecto representado:

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

*Just how outstanding the design is can be proved by the fact that it has been included among the most attractive objects for everyday use exhibited at the New York Museum of Modern Art – the only automatic toaster in the world to achieve this honour.* (texto retirado do poster reproduzido na Fig. 7)



Fig. 7 **Richard Hamilton**, Toaster, 1967, Serigrafia e poliéster sobre litografia, 787 x 584 mm Tate Gallery, Londres

Há uma evidente ironia no texto de Hamilton, que (des)valoriza simultaneamente a sua obra e o objecto da Braun (cuja logótipo o artista substituíra pelo seu próprio nome), mas que, no entanto, não é sinónimo de qualquer sobrançeria face ao objecto representado. Hamilton nutria genuína admiração pelos produtos da Braun e pela obra do seu designer-chefe, Dieter Rams (1932-), a qual tinha, segundo o próprio, um lugar no seu “coração e consciência” similar ao que o monte Saint-Victoire tinha tido na obra tardia de Cézanne.

Como se escreve no texto sobre a obra no sítio da Tate Gallery (e apesar de ser discutível a classificação da torradeira de Rams como objecto de luxo) a atitude de Hamilton, replicando o gesto ready-made de Duchamp, procede duma perspectiva distinta:

*Hamilton’s equation of Rams’s toaster with the Mont Saint-Victoire, [of Cezanne’s] (...) is a Pop gesture – the glamourisation of everyday objects and their elevation into high art (...) Deliberately selecting an object from the luxury end of designed and manufactured products, Hamilton reversed Duchamp’s assertion that he chose objects that had no aesthetic value in themselves. Similarly, with Toaster, Hamilton took as his subject an object already fetishised by its presentation as a luxury item and made it his, signalling this possession by replacing the Braun logo with his own name. (...) In this Pop development of a Dada idea, the form of the artist’s name – that confers value – traditionally his signature on the work, has now become a product logo.<sup>81</sup> (Manchester, 2007)*

---

**81** A equiparação que Hamilton faz da torradeira de Rams ao Mont Saint-Victoire de Cezanne (...) é um gesto Pop — a glamorização dos objectos quotidianos e a sua elevação a arte superior (...) Escolhendo deliberadamente um objecto de topo da categoria dos bens industriais desenhados, Hamilton inverteu a asserção de Duchamp de que os objectos que ele escolhia não tinham valor por si mesmos. Do mesmo modo, com “Toaster”, Hamilton adoptou como tema um objecto já fetichizado pela sua apresentação como objecto de luxo e fê-lo seu, sinalizando essa posse ao substituir o logótipo da Braun pelo seu próprio nome. (...) Neste desenvolvimento Pop da ideia Dada, a forma do nome do artista — que confere valor — tradicionalmente a sua assinatura no trabalho, tornou-se o logótipo de um produto. [T.L.]

O envolvimento de Hamilton com o design não é episódico e muito menos cínico, tendo sido professor de design na universidade e trabalhado como designer gráfico em empresas, é da sua autoria uma das obras mais importantes desse cruzamento do design com a cultura popular: a capa (hoje dir-se-ia *packaging design*, pois incluía poster e um conjunto solto de fotografias) do *álbum branco* (1968) dos The Beatles, cujo *minimalismo*, paradoxalmente, era o oposto da capa Pop do disco anterior, *Sgt. Pepper's Hearts Club Band* (1967), da autoria de Peter Blake.



Fig. 8 | **Richard Hamilton**, capa do disco 'The Beatles', The Beatles, 1968

O caso de Hamilton é o de alguém que fez esse cruzamento entre arte e design, arte erudita e cultura popular, e conseguiu ser bem sucedido nos *dois lados*: a capa do *álbum branco* tem, na história do design gráfico (e da música popular) um valor icónico correspondente ao da sua colagem “*Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*” (1956), obra inaugural da Pop Art.

Também o escultor japonês Isamu Noguchi (1904-1988) conseguiu, com as suas *Akari Light Sculptures*, transpor o fosso entre design e arte. Mesmo que esse seu envolvimento com a *utilidade* lhe possa ter custado o reconhecimento pleno pelo mundo da arte:

*Isamu Noguchi, who designed an whole range of paper lamps and a table for the Knoll furniture company (...) found that his sculpture was never fully accepted by the art world perhaps because he had become tainted by utility. To avoid this happening to them, artists have to go through elaborate doctrinal contortions when they start work as designers.*<sup>82</sup> (Sudjic, 2009, p.195)

Sudjic classifica esses objectos de Noguchi como uma das raras e mal-sucedidas tentativas conscientes de anular o fosso entre arte e design. Mal sucedidas, note-se, ainda que muito bem sucedidas do ponto de vista comercial (do ponto de vista *do design*, dirão uns) — os candeeiros-esculturas de Noguchi continuam a vender-se, tanto as réplicas oficiais dos originais, como as muitas imitações.

---

<sup>82</sup> *Isamu Noguchi, que projectou uma linha completa de candeeiros de papel e uma mesa para a empresa de mobiliário Knoll (...), descobriu que a sua escultura nunca foi completamente aceite pelo mundo da arte talvez porque ele tivesse ficado tingido pela utilidade. Para evitar que isto lhes aconteça, os artistas têm de desenvolver elaboradas contorções doutrinárias quando começam a trabalhar como designers. (T.L.)*

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Fig. 9 | **Isamu Noguchi**, Akari Light Sculpture 1A - candeeiro de mesa 1A, 1951

### 1.3.2. De lá para cá: arte ≠ design

*The art of a chair is not its resemblance to art, but is partly its reasonableness, usefulness and scale as a chair.*

Donald Judd, 1993

*It doesn't matter what the art looks like but how it is used.*

Franz West, 2004

Será por causa de contorções como as que Sudjic refere que, num recente artigo no New York Times a propósito da obra do artista austríaco Franz West (1947-2012), Alice Rawsthorn confessa as suas resistências às cada vez mais frequentes incursões de designers e artistas em *casa alheia*, e os múltiplos equívocos que daí tendem a resultar.

*Whenever designers describe their work as “artistic,” I tend to cringe, not least because they are usually referring to flashy, barely stable, inexplicably uncomfortable furniture. And when artists talk about designing objects, I cringe again, because the outcome is likely to be just as showy and impractical.*<sup>83</sup> (Rawsthorn, 2013b)

Do mesmo modo que confessa e fundamenta o seu preconceito, retoma alguns dos estereótipos recorrentes sobre as diferenças das duas actividades para tratar de os relativizar à luz de recentes evoluções (nomeadamente as alterações nos processos produtivos de um e de outro lado que, pelo menos, permitem contestar a validade universal daquela divisão):

*The answers are rooted in the feisty debate on the constantly changing, often contentious relationship of art and design. To most people, art is a medium of self-expression, often in work made by the artists themselves. While designers fulfill a practical*

---

<sup>83</sup> Sempre que os designers descrevem o seu trabalho como artístico, eu tendo a encolher-me, sobretudo porque tendem a referir-se a mobiliário berrante, dificilmente compreensível e inexplicavelmente desconfortável. E quando os artistas falam de desenhar objectos, encolho-me de novo, porque o resultado será quase de certeza igualmente espampanante e impraticável. [T.L.]



*role, typically defined by their clients, and delegate the making of their work to other people. Artists are admired for being purist and uncompromising, while designers are darkly suspected of kowtowing to commercial demands.*

*Neither stereotype is accurate. Many artists delegate production too, and the feebler ones forego freedom of expression to pander to the art market. As for designers, they have been given greater control over production by digital technology, which has also helped them to pursue their own agendas: maybe by realizing their political objectives, or by treating design as a medium of expression and intellectual enquiry.*<sup>84</sup> (Rawsthorn, 2013b)

Ao fazê-lo, acentua a diluição de diferenças que se foi dando ao longo do período que decorreu desde que, como adiante veremos, Bruno Munari escreveu *Artista e designer* (1971): nos modos de fazer de cada um mas, sobretudo, no valor autoral que o design adquiriu como meio de expressão e de questionamento intelectual.

Rawsthorn justifica parte das diferenças com razões que se inscrevem numa lógica devedora das teorias históricas da arte — o design pertence ao *mundo do design* e utiliza os seus mecanismos e referencia-se na sua história:

*Even so, there are still elemental differences between the two disciplines. One is that every design exercise must have a function. Art can too, but only if the artist wishes it to. Most design projects are also rooted in design culture: Maybe by adhering to the design*

---

<sup>84</sup> As respostas radicam no animado debate sobre a relação sempre em mudança, e frequentemente controversa, entre arte e design. Para a maior parte das pessoas, a arte é um meio de expressão pessoal, frequentemente através de obras realizadas pelos próprios artistas. Enquanto os designers desempenham um papel prático, e delegam a produção do seu trabalho noutras pessoas. Os artistas são admirados como puristas e descomprometidos, enquanto os designers são sinistramente suspeitos de andar a reboque de exigências comerciais. § Nenhum destes estereótipos está correcto. Muitos artistas também delegam a produção (...) Quanto aos designers, conquistaram um maior controlo da produção através das tecnologias digitais, o que também lhes permitiu seguir as suas agendas: talvez cumprindo os seus objectivos políticos, ou tratando design como um meio de expressão e de questionamento intelectual. [T.L.]

*process, or making references to design history. Again, art can do the same: Artists have produced remarkably perceptive critiques of design over the years.*<sup>85</sup>



Fig. 10 (esq.) | **Franz West**, *The Ego and the Id*, Escultura / Intervenção urbana, Central Park, Nova Iorque, 2008

Fig. 11 (dir.) | **El Último Grito**, *Mobiliário efémero* / Intervenção urbana, Cidade do México, 2013

A outra diferença fundamental prende-se com a questão da utilidade. Mas, como a própria Rawsthorne afirma, também aqui as coisas se misturam, e por isso a obra de West lhe interessa, como um exemplo de alguém que fez o caminho para esse território intermédio a partir da arte. Essa visão peculiar da arte expressa-a West nas suas intervenções urbanas, mobiliário e interiores, e na frase que citámos em epígrafe deste sub-capítulo.

Exemplificativo da ambiguidade de tal território intermédio será a inescapável proximidade que existe entre o trabalho recente do duo de design espanhol sediado em Londres *El Último Grito*, e a obra de West. Proximidade estética e proximidade funcional, sendo que é precisamente no questionamento da função<sup>86</sup> (ou na sua rejeição) que os *El Último Grito* centram esses seus trabalhos.

---

<sup>85</sup> Ainda assim, continuam a existir diferenças fundamentais entre as duas disciplinas. Uma é que cada exercício de design deve ter uma função. A arte também pode tê-la, mas apenas se o artista assim quiser. A maior parte dos projectos de design estão fundados numa cultura de design: baseando-se no processo de design ou fazendo referências à história do design. Mas, mais uma vez, a arte pode fazer o mesmo: há artistas que, ao longo dos anos, têm produzido críticas de design notavelmente lúcidas. [T.L.]

<sup>86</sup> Rosario Hurtado, uma das suas integrantes, defendia num recente simpósio no *Weissenhof Institute* de Estugarda, o fim da função como aferidor do valor de um design em ex-

[continua]

West foi um dos artistas participantes na exposição que o Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum, de Nova Iorque, organizou em 2004 sobre a incursão de artistas consagrados nos domínios do design. A exposição tinha por título "Design Is Not Art: Functional Objects From Donald Judd to Rachel Whiteread" e reclamava ser a primeira num museu americano com *obras funcionais* de artistas plásticos contemporâneos. "*Functional or semifunctional designs by visual artists*", na versão de Roberta Smith, crítica de arte do New York Times (2004) que, apesar da sua relação de proximidade com o artista americano Donald Judd (1928-1994) — foi sua assistente —, não se coíbe de manifestar as suas dúvidas sobre a possibilidade de arte e design se encontrarem, ali ou noutro lugar:

*In many ways the exhibition stresses that **the divide between art and design is unbreachable, at least from the artist's side**. Artists can do whatever they want in their art; such liberty is the point of the activity. Design involves a kind of selflessness and a complex awareness of the givens: the human body and its needs, social space, the laws of gravity, the means of production and the demands of the marketplace.*<sup>87</sup> (Smith, 2004; sublinhados nossos)

Judd está no título da exposição mais do que duma maneira: explicitamente nomeado no sub-título, e implicitamente citado na expressão provocatória *Design is not art* (que na verdade era

---

pansão: "The use of the word 'functional' as the underwriter of design it is no more satisfactory nowadays, when we are finally able to envisage the outreach of design. The 'functional' always responds to an ideology, its role being that of promoter and ad-vocate of its status quo. El Último Grito will be making a case for the idea of 'functioning' as its replacement." (Hurtado, 2012)

<sup>87</sup> A exposição confirma de várias formas **que o fosso entre arte e design é intransponível, pelo menos do lado do artista**. Os artistas podem fazer o que quiserem na sua arte; essa liberdade é o cerne da actividade. O design envolve um tipo de desprendimento e uma percepção clara dos dados: o corpo humano e as suas necessidades, o espaço social, as leis da gravidade, os meios de produção e as exigências do mercado. [T.L.]

grafado *Design ≠ Art*), que remete para o seu pensamento sobre esse território onde com frequência se aventurou — o do design.



Fig. 12 | Capa do catálogo da exposição "Design ≠ Art: Functional Objects From Donald Judd to Rachel Whiteread", 2004, com uma imagem da cadeira Corner Chair (1989) de Donald Judd.

Apesar do título, segundo a mesma crítica, a exposição não toma partido por nenhum dos lados da discussão sobre design e arte. São os artistas expostos que se encarregam de definir campos:

*The different aesthetic positions reflected in its objects are seconded in the artists' statements arrayed on the walls. Donald Judd intones that art and design fulfill two entirely different purposes. Scott Burton seems to argue against the distinction, stating that contemporary art is taking an increasingly "relative," or physical,*

*relationship to the viewer (...) Richard Tuttle states sagely that "a great designer has to know everything while an artist doesn't have to know anything." John Chamberlain neatly finesses the gap by simply redefining the word functional. And the subversive Austrian artist Franz West (...) essentially blows everyone out of the water. "It doesn't matter what the art looks like but how it's used," Mr. West states.<sup>88</sup> (Smith, 2004)*

Quanto à posição de Judd, essa já tinha ficado bem expressa no ensaio "It's hard to find a good lamp" (1983), em que descreve a sua relação com o design<sup>89</sup> e a arquitectura, as suas primeiras incursões equivocadas no design (por não se distanciarem suficiente da arte), e o processo de concepção e construção das peças com que mobilou as casas da sua propriedade em Marfa, Texas. Ao fazê-lo, Judd faz questão de distinguir uns e outros (obras de arte e mobiliário, por exemplo):

*The configuration and the scale of art cannot be transposed into furniture and architecture. The intent of art is different from that of the latter, which must be functional. If a chair or a building is not functional, if it appears to be only art, it is ridiculous (...)*  
***The art of a chair is not its resemblance to art, but is partly its reasonableness, usefulness and scale as a chair.***<sup>90</sup> (op.cit.; sublinhados nossos)

---

88 As diferentes posições estéticas reflectidas nos seus objectos são secundadas pelas afirmações dos artistas exibidas nas paredes. Donald Judd diz que arte e design preenchem dois propósitos totalmente distintos. Scott Burton parece argumentar contra a diferenciação, afirmando que a arte contemporânea tem adoptado uma relação progressivamente mais familiar ou física com o espectador (...) Richard Tuttle afirma sagazmente que "um grande designer tem que saber tudo enquanto um artista não tem que saber nada." John Chamberlain contorna subtilmente o fosso, redefinindo a palavra "funcional". E o subversivo artista austríaco Franz West, arruma com toda a gente. "Não interessa qual a forma da arte, mas como é usada", afirma o Sr. West. [T.L.]

89 Como afirma Deyan Sudjic: "Donald Judd got around the problem of defining where art stops and design begins with the aplomb you would expect of a conceptual artist. He simply declared that the two were entirely different, and that they never even get close. When he was making furniture he was a designer, and when he was making art he was an artist, no matter how superficially similar the products of the two categories might look, or how similar the processes involved might be." (Sudjic, 2009, 195)

90 A configuração e escala da arte não pode ser transposta para o mobiliário e a arquitectura. O propósito da arte é diferente dos daqueles, que devem ser funcionais. Se uma cadeira ou

[continua]

Claro que é difícil evitar confrontar esta última frase de Judd com a sua própria obra e com a forma como as suas cadeiras se parecem com a sua arte, e ao mesmo tempo são tão pouco razoáveis e utilizáveis.

No ensaio, Judd é implacável com o design industrial dos electrodomésticos americanos (descreve a sua dificuldade para comprar uma televisão), elogia discretamente a Braun e Dieter Rams, é implacável com o mobiliário “de designer” italiano e, na melhor das hipóteses, é condescendente com o mobiliário dos mestres modernistas, Breuer e Le Corbusier:

*The chairs of both architects are derived from the better camping and military chairs of the nineteenth century.*<sup>91</sup> (Judd, 1993)

E, ao mesmo tempo, defende convictamente o seu das acusações de que será desconfortável, e portanto não funcional:

*I am often told that the furniture is not comfortable, and in that not functional. (...) The furniture is comfortable to me. Rather than making a chair to sleep in or a machine to live it, it is better to make a bed. A straight chair is best for eating or writing. The third position is standing.*<sup>92</sup> (Judd, 1993)

Ainda assim, grande parte do mobiliário de Judd — sobretudo aquele que se relaciona de modo mais directo com o corpo (como as cadeiras) suscitará legítimas dúvidas sobre a sua funcionalidade. Parece assim, de facto, continuar a ser arte.

---

*um edifício não é funcional, se apenas parece ser arte, é ridículo. A arte de uma cadeira não está na sua semelhança com a arte, mas está em parte na sua razoabilidade, na sua usabilidade e na sua escala enquanto cadeira.* [T.L.]

**91** As cadeiras de ambos os arquitectos derivam das melhores cadeiras militares e de campismo do século XIX. [T.L.]

**92** Dizem-me frequentemente que o mobiliário não é confortável, e portanto não é funcional. (...) O mobiliário é confortável para mim. Melhor do que fazer uma cadeira para dormir ou uma máquina para habitar, é melhor fazer uma cama. Um cadeira direita é melhor para comer ou escrever. A terceira posição é de pé. [T.L.]

A dúvida resulta do prolongamento para essas peças dos elementos fundamentais do léxico de Judd (formas simples, definidas por planos ortogonais), que ainda que compatíveis com estantes e mesas, o serão menos com objectos destinados ao repouso do corpo.

Finalmente, quanto à magna questão:

*I am often asked if the furniture is art, since almost ten years ago some artists made art that was also furniture. The furniture is furniture and is only art in that architecture, ceramics, textiles and many things are art. We try to keep the furniture out of art galleries to avoid this confusion, which is far from my thinking. And also to avoid the consequent inflation of the price.*<sup>93</sup> (Judd, 1993)

Esta posição de princípio não evitou que os preços inflacionassem, que as peças acabassem por ir parar às galerias, que aqueles objectos de simples mobiliário fossem encarados pelo mundo da arte como um tipo superior de mobiliário — uma forma de arte. Alice Rawsthorn explica parte do seu preconceito contra o “design artístico” precisamente por essa razão:

*My initial ambivalence toward his furniture stemmed partly from the presumption by some sections of the art world that, as the work of an artist, it was somehow superior to a designer's.*  
(Rawsthorn, 2013a)

Não são os aparentes problemas funcionais que impedem que esse mesmo mobiliário continue hoje a ser cobiçado e comercializado, em edições muito limitadas, numa lógica de objectos exclusivos, como obras de arte. Por fim, será que é o preço, se

---

<sup>93</sup> Perguntam-me frequentemente se o mobiliário é arte, já que há quase dez anos alguns artistas fizeram arte que também era mobiliário. Mobiliário é mobiliário, e só é arte na medida em que arquitectura, cerâmica, têxteis e muitas coisas são arte. Nós tentamos manter o mobiliário fora das galerias de arte para evitar esta confusão, que está longe do meu pensamento. § E também para evitar o consequente aumento de preço. [T.L.]

não a determinar que uma peça de mobiliário é arte, pelo menos a impedir que ela seja design...?:

*If a thing can't realistically be produced and owned, or if it doesn't improve an existing form, it may be art, but it's hard to call it design.*<sup>94</sup> (Smith, 2004)

O caso do mobiliário de Judd parece ser o exemplo acabado das ambiguidades que se põem aos objectos que se situam neste território intermédio do *lado da arte* (mais adiante veremos alguns exemplos do *lado do design*). E nada o ilustrará tão bem como o divertido *quiz* proposto por Graydon Parrish e Mikhail Simkin no sítio *Reverent Entertainment* (Parrish et al., s.d) que, entre outros testes em torno de questões similares, desafia a distinguir entre mobiliário barato e as peças de Judd. Ou seja, entre mobiliário barato e o mobiliário mais caro do mundo...



3. ☐ Donald Judd ☒ Cheap Furniture



4. ☒ Donald Judd ☐ Cheap Furniture

Fig. 13 | Graydon Parrish / Mikhail Simkin, "Donald Judd, or Cheap Furniture?"

<sup>94</sup> Se uma coisa não pode, realisticamente, ser produzida e adquirida, ou se não melhora uma forma existente, pode ser arte, mas é difícil que se lhe possa chamar design. [T.L.]



### 1.3.3. De cá para lá: design ≠ arte

*“Art has to move you and design does not, unless it's a good design for a bus”*

David Hockney

*“Che cosa ha modificato, nel suo operare, l'artista per diventare il designer? E che cosa c'è ancora di artistico nel design?”*<sup>95</sup>, perguntava-se Bruno Munari (1907-1988) nas primeiras páginas do seu livro de 1971, *Artista e designer*. No tempo que passou entretanto, as fronteiras entre arte e design não tenderam para uma maior definição, antes pelo contrário. Houve tempo, ocasiões e motivos para o artista se tornar *mais designer*, mas também houve ocasiões e motivos para suceder o inverso.

As duas questões de Munari remetem, simultaneamente, para ligação e diferença: aquilo que ainda liga o design à arte, e o que foi mudando no artista para que este *se tornasse* designer. Sobre a ligação, a permanência, e o modo como ela parece ser decisiva nas dificuldades de apreciação do design, escrevemos logo no início deste capítulo. Neste sub-capítulo procuraremos tornar mais evidentes dois aspectos: como essa ligação se materializa e é sublinhada em muitas obras que habitam esse território comum, e como, perante elas, as perplexidades sobre a natureza do design tendem a aumentar e a assemelhar-se àquelas que rodeiam a arte de que falámos no subcapítulo anterior.

Em *Artista e designer*, Munari faz uma das primeiras e mais influentes reflexões sobre design e arte, centrando-se sobretudo naquilo que é distintivo. O livro tem um óbvio carácter pedagógico — que, de resto, é constante em toda a obra do autor — e

---

<sup>95</sup> O que é que modificou o artista, na sua forma de operar, para se tornar designer? E o que é que ainda existe de artístico no design? [T.L.]

de divulgação (da bondade) do design. O texto — escrito precisamente no momento em que a visão funcionalista do design, depurada depois da 2ª Guerra Mundial, está prestes a ser radicalmente posta em causa por alguns conterrâneos (e contemporâneos) de Munari — soa hoje datado e, à luz do que entretanto se passou, revela até uma certa candura, sobretudo na forma como inocenta o design(er) dos mecanismos mercantis perversos que dominam a arte. Interessará, apesar ou por causa disso, frisar algumas ideias que Munari destaca como diferenciadoras de arte e design:

- de que a incompreensão das diferenças entre a “arte pura” e design radica num equívoco sobre a natureza deste último (por muitos ainda confundido com arte aplicada ou *styling* (1978 [1971], p8)) que é agravado, segundo Munari, quando alguns artistas se aventuram no domínio do “design artístico”;
- de que o artista depende em grande parte de uma elite (que, pelo menos em hipótese, pode ser *corrupta, interesseira, hipócrita*, etc. (1978 [1971], p24)), ao contrário do designer que está vocacionado para trabalhar para a comunidade;

*Il designer è un progettista dotato di senso estetico, che lavora per la comunità. (...) Il designer non lavora per una élite (...)*<sup>96</sup> (Munari, 1978 [1971], p28)

- de que o artista trabalha de forma subjectiva para si próprio e segundo um estilo, e que o designer está livre de condicionamentos de ordem estética;

*Il designer, contrariamente all'artista e allo stilista, non ha uno stile suo personale col quale risolvere formalmente qualunque problema. La produzione di un vero designer non ha elementi*

---

<sup>96</sup> *O designer é um projectista dotado de sentido estético, que trabalha para a comunidade (...)*  
*Não trabalha para uma elite* (Munari, 1979, p30)

*estetici particolari che caratterizzano ciò che progetta (...)*<sup>97</sup> (Munari, 1978 [1971], p51)

- de que o *divismo* que afecta os artistas não atinge normalmente os designers (embora a ameaça esteja à espreita, pois a elite que alimenta o mercado da arte já se revela disposta *a pagar por qualquer preço um WC assinado por um conhecido designer* (Munari, 1979, p.59));
- de que o design goza de independência face à crítica, contrariamente ao que se passa com a arte.

Pelo meio, Munari ainda refere a “arte comercial” (arte de rua e afim — que, na verdade, será a “má arte”), bem como a falsificação, como “pecados” de que o design estaria livre por via do seu valor pragmático, por um lado, e da assunção do múltiplo, por outro.

É fácil constatar como grande parte dessas diferenças se esbateiram, e como o design está hoje sujeito aos mesmos tipos de mecanismos que afectam a arte. Assim, se é verdade que o design mantém (em grande parte) a especificidade que decorre de lógicas de encomenda e produção distintas das da arte, também é verdade que se rendeu rapidamente às lógicas dos mercados (o das elites, do luxo, e o “comercial”, do consumo massificado); que os designers sucumbiram ao encantos do *star-system* (a que Munari chamava *divismo*), que os aproxima (a alguns, muito poucos) das elites encomendadoras; e que, para lá da personalidade, cultivam e publicitam um estilo.

Além disso, o design, ou algumas das expressões do design, são hoje sujeitas ao mesmo tipo de escrutínio crítico e validados e

---

<sup>97</sup> *O designer, contrariamente ao artista e ao estilista, não tem um estilo seu, pessoal, para resolver formalmente qualquer problema. A produção de um verdadeiro designer não contém elementos estéticos particulares que caracterizem aquilo que projecta (...)* (Munari, 1979, p53)

legitimadas pelo mesmo tipo de instituições que legitimam a arte (em muitos casos, exactamente as mesmas, se pensarmos nalguns dos mais importantes museus de arte contemporânea, por exemplo).

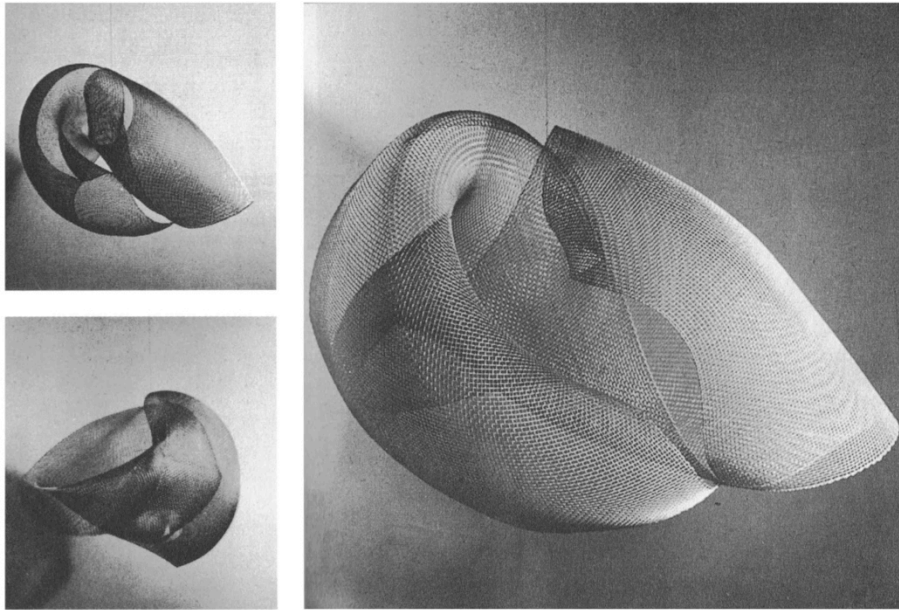


Fig. 14 | Bruno Munari, Concavo-convessi, malha metálica, 1947

Esta sujeição do design aos mecanismos de legitimação da arte e às lógicas capitalistas conexas contribuiu para acentuar a *herança artística* do design e, portanto, para o sujeitar ao mesmo tipo de perplexidades que afectam a arte, de que tratámos anteriormente.

Sobretudo, porque a separação entre artista e designer tendeu a confundir-se de cada vez que uns e outros resolveram trocar de papéis.

A verdade é que o próprio Munari (que ainda muito jovem se envolveu com o movimento Futurista), nunca deixou de pisar esse território mal-definido entre arte e design que, manifestamente, o interessava. Assim, perpassam por toda a sua obra

discretos gestos artísticos, que dão origem a um diversificado conjunto de objectos próximos da tal arte inútil<sup>98</sup>, ou pelo menos, próximos de uma *arte útil*, como é definida por Renato de Fusco<sup>99</sup>.



Fig. 15 | **Charles Eames**, "Solar Do-(it-yourself) nothing machine", 1957 (reconstituição do original por Edgar Or-laineta, 2009-2011)

---

**98** *Machine Inutili*, foi o nome dado por Munari a um conjunto de pequenas esculturas-brinquedos abstractas, de inspiração construtivista-futurista, realizadas logo no início da década de trinta "*Le mie machine inutili sono sempre state considerate como scherzi o meglio 'giochini' (...) piccole sculture da viaggio di cartoncino, da usare e buttar via.*" (Munari, 1994 [1971]-b, p.6)

**99** Renato de Fusco utiliza a expressão "arte útil" para se referir "*aquellas manifestaciones de para-pintura y para-escultura o, en cualquier caso, de conformaciones visuales y plasticas que se asocian el placer del arte con la utilidad de las experiencias obtenidas sin identificarse por ello con la arquitectura ni con el diseño. A pesar de esta no identidad, el llamado arte útil es indispensable para hacer y comprender el diseño.*" (De Fusco, 2008, p.161)

Mas talvez nenhuns outros autores tenham sido tão prolíficos a explorar todas as cambiantes da utilidade, como o casal Charles Eames (1907-1978) e Ray Eames (1912-1988). Fizeram-no sob a forma de objectos como a *Musical Tower*, um “instrumento” que Charles realizou no final da década de cinquenta, e que produzia música por meios de bolas de madeira a cair sucessivamente sobre lâminas de metal, ou como a *Solar Do(-it-yourself) Nothing Machine*, de 1957, uma construção sem outra função que não a de tirar partido da luz solar para pôr em movimento um conjunto de mecanismos. Uma *máquina inútil* aparentada com as máquinas de Munari, mas também com as de um artista como Jean Tinguely (1925-1991), ou até com os *mobiles* de Alexander Calder (1898-1976), cuja linguagem formal teve seguramente um grande impacto no clima visual dos anos cinquenta (Sudjic, 2009, 195), e certamente na produção do próprio casal Eames, ou de outro casal famoso seu contemporâneo, os ingleses Robin Day (1923-2000) e Lucienne Day (1917-2000).

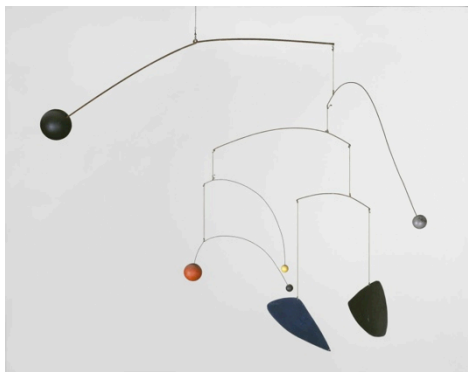


Fig. 16 (esq.) | **Alexander Calder**, *Mobile*, 1932 (Londres, Tate Modern)



Fig. 17 (dir.) | **Lucienne Day**, *Olive Calix*, tecido, 1951 (Heal Fabrics)

Mas os Eames também exploraram exemplarmente essas fronteiras da função na utilização que fizeram do filme, que tanto serviu

para dar resposta a encomendas comerciais (caso do filme de 1972 para promoção da Polaroid SX-70), como para projectos pessoais de carácter mais artístico, em que ficaram evidentes tanto a sua paixão pelos objectos “banais” (piões, brinquedos, etc.) como o seu olhar extremamente atento ao detalhe.

A esses objectos, e por causa da relação que se podia estabelecer com eles, Charles chamaria mais tarde, nas conferências que realizou em Harvard em 1971<sup>100</sup>, “*new covetables*” (objectos e matérias comuns, possuidoras de qualidades plásticas e sensoriais, que as tornavam esteticamente *cobiçáveis*: pilhas de madeira, caixas de pau-de-giz, romãs de cordel, resmas de papel, rolos de tecido, etc), e que deram origem a curtas-metragens em formato 16mm.

Destas, a mais representativa daquilo que antes afirmámos será *Blacktop* (Eames et al., 1952), que procura ilustrar a *beleza incomum das coisas comuns* (Kirkham, 1995, p336), explorando a beleza das manchas abstractas da água e sabão usadas para lavar o pavimento de asfalto do pátio de uma escola, e que está obviamente próxima de outras obras de cinema experimental ou de vídeo-arte, que exploraram de forma não narrativa o cinema ou vídeo.

---

**100** No ano lectivo de 1971, Charles Eames foi o conferencista convidado nas *Charles Eliot Norton Lectures* em Harvard (*Wikipedia Contributors*). Nelas, viria a apresentar um conjunto de projecções de slides em três ecrãs, que procuravam ilustrar o potencial fascínio das coisas comuns. Depois da sua morte, Ray passou para um filme a que deu o nome *Goods* (Eames, 1981) alguns excertos dessas conferências.

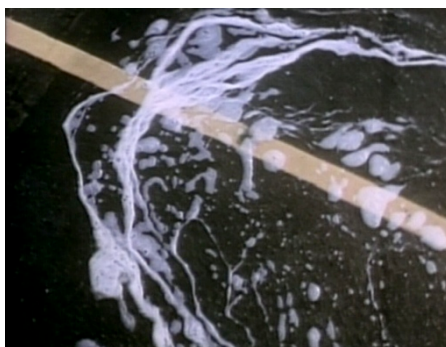
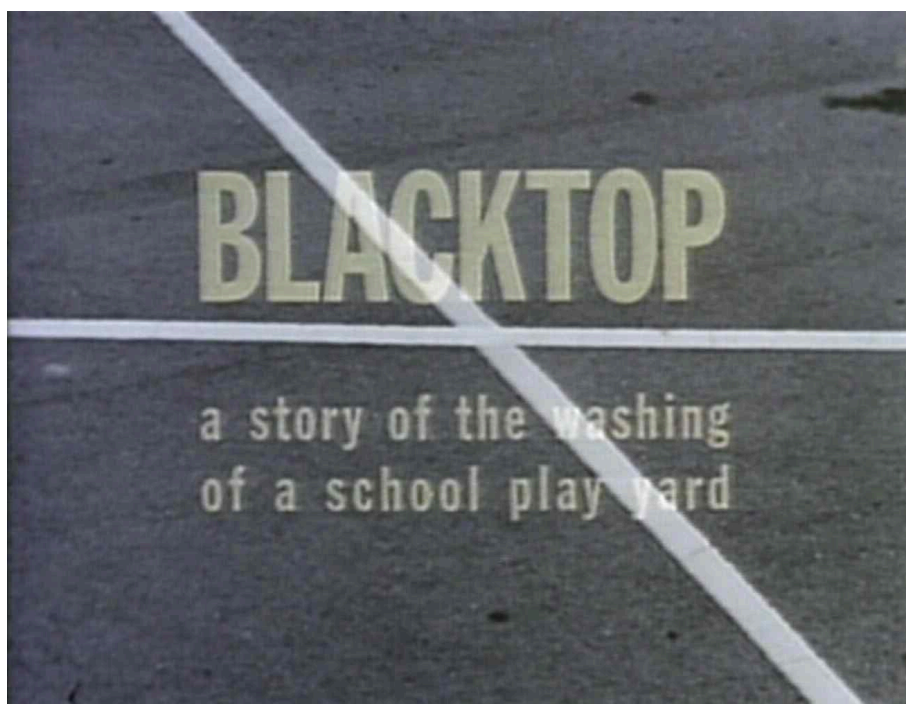


Fig. 18 | Charles e Ray Eames, Blacktop, curta-metragem (fotogramas), 1952



Estas experiências, porém, são experiências “laterais” de autores cujo trabalho mais *canónico* como designers não suscita quaisquer dúvidas sobre a sua pertinência ou utilidade. São, assim, exemplos de designers que fazem pontualmente o movimento em direcção à arte.

Outro tipo de aproximação é a utilização do *ready-made* como estratégia de design. O que não constitui surpresa, pois era expectável que o gesto dadaísta do *ready-made* cativasse os designers, na medida em que, tratando-se de um processo de reinvenção de objectos pré-existentes, encerra uma lógica que é inata ao design — inata ao humano, poder-se-ia dizer, como adiante veremos — que tem na sua génese a apropriação e transformação de artefactos.

São célebres exemplos disso mesmo as experiências dos irmãos Achille Castiglioni (1918-2002) e Pier Giacomo Castiglioni (1913-1968), a partir da reutilização de elementos de produção industrial (um assento de tractor no banco *Mezzadro* (1954-7), um farol de automóvel no candeeiro *Toio* (1962) e um selim de bicicleta no banco *Sella* (1957). E embora o desenho de Achille Castiglioni remeta para um *ready-made* igualmente célebre — a escultura *Cabeça de touro* (1942) de Pablo Picasso, que também faz uso de um selim (e de um guiador) de bicicleta —, é inescapável a tentação de sublinhar a simetria entre o primeiro *ready-made* de Marcel Duchamp, a *Roue de bicyclette* (1913) e o banco *Sella*: num caso, um banco que se transforma num suporte para o garfo e roda frontal de uma bicicleta; no outro, o selim de uma bicicleta que se transforma num banco sempre-em-pé. Poder-se-á dizer que para lá dos diversos níveis de ironia subjacen-

tes ao *ready-made* dos Castiglioni<sup>101</sup>, o par de objectos que forma com o original de 1913 se pode constituir na ilustração perfeita de como um gesto similar tem propósitos e resultados substancialmente diferentes na arte e no design: o *ready-made* de Duchamp era um objecto *inútil*; o banco dos Castiglioni é a resposta a um problema concreto — um objecto desenhado para uma postura entre estar sentado e estar de pé, que Achille dizia ser a sua predilecta para falar ao telefone.

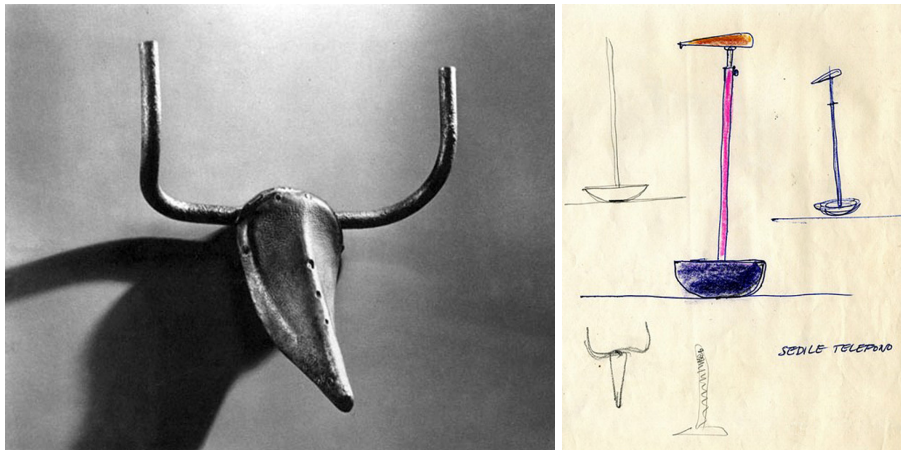


Fig. 19 (esq.) | Pablo Picasso, "Cabeza de toro", escultura, (ready-made), 1942

Fig. 20 (dir.) | Achille e Pier Giacomo Castiglioni, banco "Sella", esboços (com referência ao *ready-made* de Picasso no canto inferior esquerdo), 1956

---

101 Converting a tractor seat, an early twentieth-century invention, into a stool for the home exemplifies what one commentator described as the Castiglioni brothers' characteristic approach to design. They may take an idea from some traditional or industrial item already present in the material world of objects, and reassemble it in a combination suited to mass production: a sort of Dada montage, a poetic of the ready-made, with touches of irony that demystify the excessively solemn and slightly off-putting atmosphere that surrounds the work of a lot of designers. (Polano et al., 2002)

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Fig. 21 | **Marcel Duchamp**, "Roue de bicyclette", 1913 /1964 (réplica, original destruído)



Fig. 22 | Achille e Pier Giacomo Castiglioni, banco "Sella", 1957

Assim, aquela visão polarizada e algo maniqueísta de Munari é, como dissemos, claramente marcada pelo tempo numa altura em que os mecanismos perversos do mercado da arte e a lógica do *star system* estavam ainda longe de chegar ao design e de atingir os requintes que hoje, parcialmente, o dominam. Mas estavam já ali, ao virar da década, as veleidades artísticas que poriam em causa a resposta estritamente funcional que havia sido refinada no paradigma do *good design* ou a *estética da lógica*, como diz Munari (1978 [1971], p35) da *Höhschule für Gestaltung Ulm* (1953-1968). Ali, e depois da saída de Max Bill (1908-1994) da direcção (ele próprio designer/arquitecto/artista) a separação entre arte e design seria claramente assumida<sup>102</sup>. Mas a escola de Ulm extinguir-se-ia ao fim de década e meia de funcionamento, e ainda se a sua herança perdura até hoje na matriz do design industrial alemão (e não só), a verdade é que a partir do final da década seguinte, com a crescente importância da semiótica e das funções simbólicas dos objectos, o design renegaria as virtudes daquela depuração estética, legítima herdeira do funcionalismo modernista, e passaria a questionar o espartilho da função — *dessa* função. Ao fazê-lo, o design começou deliberadamente a produzir também os seus *objectos ansiosos*. E a perplexidade do público, inevitavelmente, aumentou.

---

<sup>102</sup> La cuestión relativa arte-diseño fue muy discutida por aquellos mismos años sesenta en la legendaria HfG. Allí diferenciaron los dos. Si dilucidaba entonces si la pintura era la madre de todas las demás artes visuales, una postura defendida por Max Bill (...) cuando se impuso una postura pragmática — defendida, entre otros, por Otl Aicher — que entendía el diseño como una actividad desligada de las preocupaciones propias del arte y, más concretamente, de la pintura. Ellos entendieron el diseño como una actividad con una problemática y unos requerimientos singulares, específicos y propios, característicos de su eje que ejercicio y de la finalidad te persigue. Consideraban además, que la profesión ya había alcanzado su plena madurez que no necesitaba del concurso de la madre superiora del arte para valerse por sí misma. (Zimmermann, 2003, pp.60-61)

#### 1.3.4. Outros objectos ansiosos

Quando a partir do final da década sessenta do século XX, alguns designers e colectivos de designers, sobretudo italianos, começaram a questionar o papel do design no sistema capitalista e nos mecanismos mais perversos do consumo, interpelando a cumplicidade do funcionalismo do *good design*<sup>103</sup> com um sistema social que começara a ser posto em causa de forma generalizada nas sociedades industriais ocidentais, fizeram-no com recurso a manifestos e a objectos-manifesto que, duma penada, desfaziam parte do trabalho pedagógico de Munari e outros pioneiros do design.

Na Arquitectura, as correntes pós-modernas — que se manifestaram sobretudo através da aposição de elementos simbólicos ou meramente decorativos, citações ora iconoclastas ora reverentemente historicistas, frequentemente assentes num argumentário de humanização da arquitectura em oposição aos excessos da ortodoxia modernista — raramente tornaram os edifícios menos utilizáveis do que eles seriam sem esses elementos. Já no design, o recurso a motivos correspondentes na mesma luta contra a rigidez funcionalista levou a que o mote *form follows function*, (que nas décadas anteriores de esforçada afirmação acompanhara a retórica disciplinar nos combates contra os revivalismos históricos, contra o *styling* ou contra o *kitsch*), se visse, de repente e de forma muito pública, posto em causa.

---

<sup>103</sup> Este aspecto é bem ilustrado pelo depoimento de Paula Scher (1948- ) no documentário *Helvetica* (Huswitt, 2007), em que a designer americana explica por que razão se recusava a utilizar aquela fonte — para todos os funcionalistas, e nomeadamente para os designers da HfG Ulm, a epitome perfeita do *bom design* tipográfico — por achar que a mesma era sinónimo das grandes multinacionais, do poder, da guerra do Vietname, etc.

Ao deixar de ser guiado pelo propósito principal de responder eficazmente à função o design abriu-se a outras funções, mas também a outros problemas.



Fig. 23 (esq.) | **Joe Chair**, De Pas, D'Urbino e Lomazzi, 1970  
Fig. 24 (dir.) | **Gruppo Strum**, Pratone, 1971 (Gufam)

Designers e colectivos de designers e arquitectos que integraram os movimentos do *Disegno Radicale* e do *Anti-Design*, contestaram todos os preceitos do *good design* (ou da sua comercialmente bem-sucedida versão italiana, o *Bel Design*). Grupos como *Superstudio*, *Gruppo Strum* ou *Archizoom*, fortemente politizados (ainda que em diferentes medidas) e afastados das lógicas mercantis da produção industrial, propunham o regresso a processos artesanais e a pequenas séries, ao mesmo tempo que prefiguravam utopias urbanas, numa lógica de processos e comunicação próxima da das vanguardas artísticas. O regresso à ironia, a adopção de princípio da Pop Art — como acontece no caso do *Pratone* do Grupo Strum, um objecto ampliado como as vinhetas dos *comics* de Roy Liechenstein (1923-1997), ou na *Joe Chair* de



De Pas, D'Urbino e Lomazzi inspirado nas *soft sculptures*<sup>104</sup> de Claes Oldenburg (1929- ) —, ou as aproximações despudoradas ao *kitsch*, contradiziam deliberadamente o espartilho estético funcionalista que eles rejeitavam.



Fig. 25 (esq.) | **Alessandro Mendini**, Poltrona di Proust, 1978 (Studio Alchimia)

Fig. 26 (dir.) | **Archizoom**, Divano Safari, 1967 (Poltronova)

Essa aproximação a uma lógica de promoção mais próxima da da arte e a natureza provocatória de alguns objectos, trouxeram notoriedade a este design e aos seus protagonistas, algo que os seus antecessores mais próximos não tinham conhecido na mesma medida. E gradualmente foram transformando de forma decisiva a natureza dos objectos que se faziam e que se associavam ao design. A galeria e o museu passaram a ser palcos privilegiados para o design e para os designers.

Com a chegada aos anos oitenta, da ascensão ao poder da lógica do sucesso por via do dinheiro especulativo, e da ostentação desse sucesso, as veleidades utópicas das décadas precedentes já ficavam para trás. Da contestação ao modernismo por via da sua cumplicidade com o capitalismo, restaria essencialmente o con-

---

<sup>104</sup> No início da década de 1960 o artista americano Claes Oldenburg fez uma série de *soft sculptures*, em tecido, alusivos a comida e outros objectos comuns (sanita, ventoinha, etc.).



fronto formal com a rigidez do funcionalismo. Autores que haviam integrado aqueles movimentos mais radicais integravam agora outros grupos claramente mais apaziguados com as questões comerciais (é o caso de Ettore Sottsass (1917-2007) e do seu grupo Memphis), como é patente nestas palavras de Barbara Radice, directora de arte do grupo:

*Memphis doesn't give away or solve anything. (...) It seduces by virtue of its enigmatic and contradictory qualities. It seduces because the void of values that it has created by refusing to solve problems, to be logical, definitive, positive, stable, or lasting represents the challenge to common sense - good taste - respectability. (...) Memphis, like fashion, works on the fabric of contemporaneity, and contemporaneity means computers, electronics, video-games, science-fiction comics, Blade Runner, Space Shuttle, biogenetics, laser bombs, a new awareness of the body, exotic diets and banquets, mass exercise and tourism.*<sup>105</sup> (Radice, 2003 [1984], p206-207)

O design(er) descobria o sucesso e o mercado voltou a ser apetecível.

Não era, contudo, o mercado impessoal onde se transaccionavam bens de consumo indiferenciados, para passar a ser um mercado que procurava replicar os mecanismos do mercado da arte: *vernissages*, galerias e catálogos, peças únicas e de pequena tiragem, cotações, leilões, etc. E autores. A ascensão do chamado “design quente” em oposição ao frio design industrial.<sup>106</sup>

---

<sup>105</sup> Memphis não explicita nem resolve nada (...) Seduz pelas suas qualidades enigmáticas e contraditórias. Seduz porque o vazio de valores que criou ao recusar-se a resolver problemas, a ser lógico, definitivo, positivo, estável ou duradouro representa um desafio à respeitabilidade do senso-comum-bom gosto.(...) Memphis, como a moda, trabalha sobre o tecido da contemporaneidade, e a contemporaneidade significa computadores, jogos vídeo, banda-desenhada de ficção científica, Blade Runner, Space Shuttle, bio-genética, bombas laser, uma nova consciência do corpo, dietas exóticas e banquetes, exercício e turismo de massas. [T.L.]

<sup>106</sup> Num ensaio intitulado “Design caldo” vs “design freddo”, integrado em *Disegno Industriale: un riesame*, Tomás Maldonado (1922-) reflecte sobre esse confronto entre design *quente* e design *frio*, e não negando legitimidade aos autores do design (*quente*) destinado à

[continua]



Fig. 27 | Ettore Sottsass / Memphis, peças de vidro Niobe, Cinira, Imera, Astimelusa, Neobule e Malide, 1986

Na década em que a ideia *hollywoodesca* de *star-system* se estendeu do cinema e da música, a outros domínios, também os designers se deixariam seduzir pelo chamamento da fama mediática.

Nenhum designer encarnaria tão bem essa figura do designer-estrela, como o francês Philippe Starck (1949- ), e, ainda que um pouco mais tardio, nenhum objecto seria um símbolo tão eloquente dessa mudança de paradigma do objecto eficaz e discreto para o objecto famoso e inútil, como o célebre espremedor de citrino *Juicy Salif* (1990). Na verdade, aquele objecto proclamava o desprezo pela função no exacto território onde a *gute form* de Dieter Rams e da Braun tinham criado reputação. Era então o símbolo derradeiro do “combate” *forma vs. função* e foi, desde então, o centro dessa discussão, o definitivo *cliché* desse debate.

Precisamente por isso, talvez se deva insistir no *cliché*. Onde um espremedor se chamava, rigorosamente, *MPZ 22*, como se espe-

---

*fruição artístico-cultural de alguns poucos sujeitos sociais, contesta a sua pretensão hegemónica. (Maldonado, 1991, pp.77-79).*

raria duma máquina competente; o outro era *Juicy Salif*, como uma personagem de *Ray Banana* ou de uma outra banda-desenhada das páginas da revista (*A Suivre*). Onde um era fotografado clinicamente de modo a enaltecer as suas qualidades formais ao serviço da forma (a concavidade para o copo, etc.), o outro posava para a fotografia como as *supermodels* suas contemporâneas: *usando* o limão, de lado, como uma espécie de boina, desafiante. Onde um procurava sublinhar a sua neutralidade, com um fundo frio e uma iluminação discreta, o outro procurava destacar a sua excepcionalidade, debaixo de uma iluminação dramática, contra um fundo rugoso, de modo a realçar o brilho metálico do alumínio polido. Etc.



Fig. 28 (esq.) | Dieter Rams / Jürgen Greubel, espremedor de citrinos eléctrico MPZ 22, 1972 (Braun)

Fig. 29 (dir.) | Philippe Starck, *Juicy Salif* espremedor de citrinos manual, 1990 (Alessi)

O MPZ 22 ambicionava o mesmo que todos os produtos da Braun: desempenhar da melhor forma a sua função no ambiente de trabalho para que fora projectado — no caso, o balcão da cozinha. O “espremedor de Starck” (a expressão adquiriu um valor que transcende a mera descrição) ambicionava outro patamar na escala social dos objectos domésticos: na cozinha só se tivesse que ser, e ainda assim no lugar reservado aos objectos

decorativos; idealmente na sala, na prateleira dos objectos mais preciosos, imaculado e jamais usado.

De certa maneira, poder-se-ia ver nesse conflito de estatutos em ambiente doméstico uma versão daquilo que se passa a uma escala maior.

Foram os objectos utilitários que primeiro ganharam honra de pertencer à colecção do MoMA, construída com um claro propósito doutrinador, a partir dos espólios da exposição *Machine Art* (1934), das séries de exposições *Useful Objects* (1938-1947), das dedicadas ao *Good Design* (1950-1955), entre outras<sup>107</sup>.

Assim, produtos como os da Braun acabaram por integrar colecções como a do MoMA sem que isso estivesse nos propósitos ou horizontes iniciais dos seus autores e produtores. Ao contrário, objectos como o de Starck têm, à partida, o museu no horizonte. São produzidos segundo uma lógica distinta daquela que era a do design pragmático de matriz modernista, e passam a regular-se, desde o processo de produção, pelos mecanismos de legitimação, ou pela lógica de consumo e transacção, numa versão em pequena escala do mundo da arte<sup>108</sup>.

---

107 When the museum was founded in 1929, it was proposed by Alfred Barr that standards be defined and history written for architecture and design just as for painting and sculpture. (...) Traditional collections of objects in been categorized as “decorative arts”. The Museum’s collection is concerned primarily with mass-produced useful objects made to serve a specific purpose, and so the term design, or industrial design, has been used instead. (...) The design collection now comprises more than three thousand useful objects representing all the arts of manufacture: household appliances and office equipment, furniture, tableware, tools, and textiles. (...) Indeed the collection began with the Machine Art exhibition organized in 1934 by Philip Johnson, the department’s first director. Some one hundred objects from that exhibition provided the nucleus of the collection that was intended from the beginning to document design characteristics peculiar to the 20th century. (Moma et al., 1984, pp385-386)

108 Para Deyan Sudjic, ele próprio director do Design Museum de Londres desde 2006, o museu também tem responsabilidades nesse distorção: *The confrontation of the MoMa’s design collection with art has not helped (...) every (...) designer who works with mass production and domestic objects, in dealing with perception that design is the embodiment of commerce, rather than culture. And that is why the recent appearance of work made by*

[continua]

Se o espremedor de Starck serve bem o propósito de sintetizar esses equívocos do design, não é seguramente o único ou o mais problemático dos seus projectos. Poucos objectos de produção industrial terão levantado, deliberadamente, tantas questões éticas como a colecção de candeeiros inspirada em diversos modelos de armas pessoais, que fez em 2005 para a empresa italiana Flos.



Fig. 30 | **Philippe Starck**, *Flos Gun Table Lamp*, candeeiro, 2005 (Flos)

Na versão de mesa, cujo suporte reproduz a espingarda automática *Kalashnikov AK47* (a todos os títulos a mais bem-sucedida

---

*designers that aspires to be taken as art can seem like touchingly vulnerable bravado.* (Sudjic, 2009, p174)

arma pessoal jamais produzida), comercializa-se em várias versões, a mais cara das quais, banhada a ouro, custa cerca de dois mil euros.

Na base de todos os modelos está inscrita a frase “*happiness is a hot gun*”<sup>109</sup> e, segundo um texto promocional, o *abat-jour* é preto por fora para evocar a morte, sendo a sua face interior preenchida por cruzes recortadas, numa homenagem aos mortos... O mesmo texto informa que a colecção foi desenhada por Starck para suscitar a discussão entre dinheiro e morte<sup>110</sup> e que um quinto da receita obtida com os candeeiros é encaminhado para a organização humanitária “Fratelli dell'uomo”.

É difícil saber o que terá motivado Starck a fazer este objecto — para além do seu reconhecido gosto pela polémica —, mas custa ler naquelas frases outra coisa que não má-consciência.

Como bem faz notar Sudjic:

*Starck (...) suggests somewhat obscurely, to those who question his taste that it is a work intended as a piece of criticism.*

*If this is irony, then it is an irony that is likely to escape the attention of the Chechen warlords or Colombian godfathers who would find it a congenial accessory for their living rooms.*<sup>111</sup> (Sudjic, 2009, p211)

Sejam quais forem as motivações e as interpretações, a verdade é que o objecto é discutido no mesmo plano subjectivo do propósi-

---

**109** Paráfrase do título da canção “Happiness is warm gun” do já referido álbum branco dos *The Beatles* (a troca de “warm” por “hot” dever-se-á, provavelmente, a questões de direitos), que, por sua vez, era uma frase retirada por John Lennon de uma revista de armas.

**110** *The extraordinary Gun Lamp collection was designed by Philippe Starck to spur debate between the collusion of war and money.* (Stradust Modern, [200-?])

**111** *Starck (...) sugere, de modo algo obscuro, àqueles que questionam o seu gosto, que é um objecto que pretende ser uma crítica. § Se é irónico, então será uma ironia que deverá escapar aos senhores da guerra tchechenos ou aos padrinhos colombianos que a acharão um acessório muito adequado para as suas salas de estar.* [T.L.]

to e da legitimidade em que são discutidas muitas obras de arte. Starck aparenta querer afirmar a importância da sua obra no mesmo terreno dúbio por onde andam Jeff Koons (1955-) ou Damien Hirst (1965-). Mas será sempre uma “luta” com armas desiguais. Ainda que não houvesse outros aspectos a diferenciá-los, haveria sempre a questão do número, da quantidade, claramente favorável para o lado do design, que se torna um factor de desvantagem no confronto com a excepionalidade da obra de arte; tal como a relação com a ideia de utilidade, com a vulgaridade *de utensílio*.

Esse carácter geralmente múltiplo e nómada do objecto de design — a acessibilidade e desenraizamento do objecto — diminuem o seu valor intrínseco, por lhe faltar *o aqui e agora* de que fala Walter Benjamin (1992 [1936], p.77).

De diversas formas, vários designers têm perseguido essa excepionalidade do objecto artístico. É o caso daqueles que serão talvez os únicos capazes de competir com Starck no microcosmos do *star-system*, o israelita Ron Arad (1951-) e o australiano Marc Newson (1963-).

Arad, que se movimenta entre o design e a arquitectura e a arte, tem oscilado entre o objecto único<sup>112</sup> e o múltiplo, através de um conjunto de estratégias que muitas vezes o levam a fazer *o mesmo* objecto em versões “pesadas”, únicas, como esculturas, e em versões “ligeiras”, múltiplas, comercializáveis em massa.

---

<sup>112</sup> Sintomaticamente o seu primeiro estúdio chamava-se *One-Off*.



Fig. 31 (esq.) | **Ron Arad**, early production Bookworm bookshelf, aço, 1994 (Ron Arad associates)

Fig. 32 (dir.) | **Ron Arad**, Bookworm Bookshelf, PVC, 1997- (Kartell)

Uma outra estratégia de Arad consistiu em usar métodos de prototipagem rápida (*selective laser sintering*) para produzir objectos únicos que correspondiam a um fotograma de um objecto animado. Um mesmo projecto, um mesmo ficheiro sujeito a uma animação, permite gerar um número finito de objectos (tantos quantos os frames do filme), a que a cada momento corresponde um *freeze* do movimento a que o objecto (a sua visualização tridimensional) é sujeito.

É um mecanismo de tiragem limitada, como o de uma obra impressa em serigrafia, por exemplo, mas cada exemplar (numerado) não é apenas diferente nesse particular, mas efectivamente diferente de todos os outros (tão mais diferente, quanto mais afastado dele estiver na sequência).



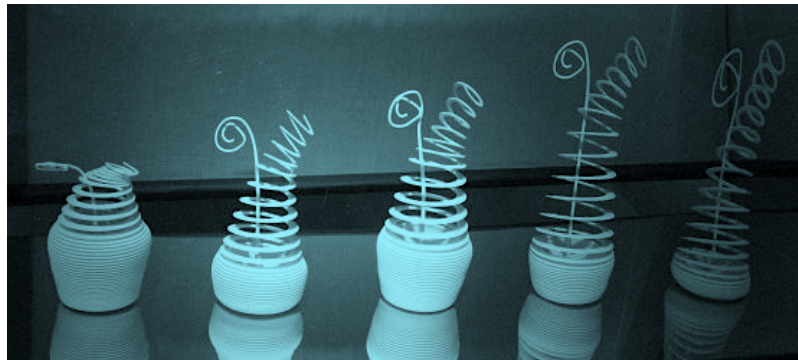


Fig. 33 | Ron Arad, Bouncing vases, protótipos feitos por SLS, 1999

No caso de Marc Newson a estratégia consiste em desenvolver em paralelo projectos de objectos de produção industrial (invariavelmente com recurso a altas tecnologias) e projectos de objectos excepcionais, cuja exclusividade é também garantida pelo recurso a tecnologias de ponta e a processos e materiais proibitivos.

O melhor exemplo desta postura é a estante *Voronoi*, um enorme bloco de mármore branco de Carrara, “esculpido” por meios mecânicos a partir de um padrão gerado em computador.

Marc Newson tem a ambição confessada de que os seus objectos durem para além do tempo em que são concebidos e produzidos. Se há um candidato a consegui-lo, mais do que qualquer produto industrial, será a estante *Voronoi*. Os oito exemplares que constituem a série foram vendidos por mais de um milhão de dólares em 2007. E o valor facial, como o peso e a dureza da pedra, são um bom indicador da durabilidade das peças...

O que estes e muitos outros exemplos parecem demonstrar é que há muito deixou de ser verdade, se é que algum dia foi, aquilo que Munari dizia em *Artista e designer*:

*Il designer non ha una visione personale del mondo, nel senso artistico, ma ha un metodo per affrontare i vari problemi di progettazione.*<sup>113</sup> (Munari, 1978 [1971], p31)



Fig. 34 | **Marc Newson**, Voronoi Bookshelf, mármore de Carrara, 180 x 280 x 40 cm, 2006 (série de 8 exemplares)

O designer nunca terá prescindido da sua visão pessoal do mundo, mas, durante muito tempo, deixou que essa marca autoral se diluísse na neutra eficácia dos objectos. Hoje essa marca está impressa nos objectos como uma assinatura, quando não é mesmo o pretexto formal para que os objectos aconteçam (pensemos nas curvas de Starck, nos formas recorrentes de Karim Rashid, de Arad, etc.). Diz Sudjic:

---

<sup>113</sup> O designer não tem uma visão pessoal do mundo no sentido artístico, mas tem um método para abordar os problemas quando se trata de projectar. (Munari, 1979, p33)

*Arad survived as a designer by inventing a new definition of design for himself.*<sup>114</sup> (Sudjic, 2009, p.216)

O que importará questionar é se essa ambição de expressão autoral, certamente legítima, não terá arrastado consigo parte da inteligibilidade do design, parte da sua essência.

Essa é, por exemplo, a convicção do designer gráfico e teórico suíço, Yves Zimmermann (1937-), que atribui a essa ambição artística dos objectos a actual má fama do design.

*(...) se suscitan ahora no una, sino dos cuestiones a considerar para dilucidar el tema arte-diseño:*

*1. La cuestión relativa al cambio del significado original del concepto “diseño” hace connotaciones negativas que se han instalado en el habla cotidiana.*

*2. La cuestión acerca de si es precisamente la relación arte-diseño la última responsable del desprestigio de diseño.*<sup>115</sup> (Zimmermann, 2003, p63)

Fiel à sua filiação modernista, situa o pecado original nos anos do pós-modernismo, da explosão do consumo e da mediatização do design:

*La época en que se registra este cambio de significado se caracterizó por una euforia económica-financiera, lo que animó el consumo y la creación de nuevos productos, y por el cambio de referente cultural con la venida del posmodernismo (...) Y el diseño no fue ajeno a la dinámica que se generó. Al contrario, se le reconoció como nuevo pilar de la cultura consumista y hubo premios y exposiciones de diseño para demostrarlo.*<sup>116</sup> (Zimmermann, 2003, p63)

---

114 Arad sobreviveu como designer inventando uma nova definição de design para si próprio. [T.L.]

115 Suscitam-se agora não uma, mas duas questões para esclarecer o tema arte-design: § 1. A questão relativa à mudança de significado original do conceito de “design” para conotações negativas que se instalaram no discurso quotidiano. § 2. A questão acerca de se é precisamente a relação arte-design a última responsável pelo desprestígio do design. [T.L.]

116 A época em que se regista esta mudança de significado caracteriza-se por uma euforia económico-financeira, o que animou o consumo e a criação de novos produtos, e pela mudança de referente cultural com a chegada do pós-modernismo (...) e o design não foi alheio

[continua]

Finalmente, entende que do confronto do público com as debilidades funcionais desses objectos sedutores resultará a frustração acumulada com os objectos que recentemente se tinha aprendido a reconhecer como sendo *de design* e, por consequência, com o design:

*(...) es evidente que la principal razón de ser y de existir de estos objetos de diseño no era, obviamente, de ser estandartes de una nueva cultura sino que la razón primera de un diseño consistía — y sigue consistiendo — en el servicio que ha de prestar al usuario del mismo. Por más objetos de diseño que fueran, como objetos utilitarios iban a estar inexorablemente sometidos a la prueba a del uso por parte de sus usuarios. Y es seguramente aquí donde estos objetos, que antes habían seducido, ahora defraudaron.*<sup>117</sup>

(Zimmermann, 2003, p63)

A conclusão parece óbvia: terá sido este deslumbramento do design(er) que esteve na origem da mudança da percepção pública do design. Na medida em que essa mudança ocorre ainda durante um processo de afirmação da disciplina e da profissão, esta nova percepção veio tomar o lugar daquela que ainda só existia, se e quando existia, muito fragilmente:

*(...) la mala fama que pueda tener el diseño se la debemos a esa época, y la responsabilidad última de que hoy en día sea un con-*

---

*à dinâmica que se gerou. Ao contrário, foi reconhecido como novo pilar da era consumista e houve prémios e exposições de design para o demonstrar [T.L.]*

- 117 É evidente que a principal razão de ser e de existir de estes objectos de design não era, obviamente, ser estandarte de uma nova cultura, mas sim que a razão primeira de um design consistia — e continua a consistir — no serviço que tem de prestar ao utilizador do mesmo. Por mais objectos de design que fossem, como objectos utilitários iriam estar inexoravelmente submetidos ao teste do uso por parte dos seus utilizadores. E é seguramente aí que estes objectos, que antes tinham seduzido, agora defraudam. [T.L.]

*cepto tan negativizado, la tienen los propios diseñadores y el entorno en el que se produjo este fenómeno.*<sup>118</sup> (Zimmermann, 2003, p65)

Não há dúvida de que, com os desenvolvimentos mais recentes, uma linha foi transposta. E essa linha pode, em última análise, consubstanciar-se numa alteração da sua essência, da sua função. Como conclui Sudjic:

*(...) with the appearance of the work of Marc Newson or Ron Arad in art galleries, some kind of transgressive line has been crossed. The ideology of design has been intimately bound up with problem-solving. Now we are being offered an entirely different category of object. It is not one that is likely to do much in the short term to shift the relative positions in the social hierarchy of art and design. What it will do is fuel what may be a short-lived explosion of flamboyant new work.*<sup>119</sup> (Sudjic, 2009; p.216)

Quanto à magna questão não parece desavisado adoptar a resposta de Charles Eames no célebre questionário “Design Q&A”, quando perguntado pela entrevistadora (identificada como a Mme. L’Amic do Musée des Arts Decoratifs de Paris):

— *Is design an expression of art?*  
— *I would rather say it’s an expression of purpose. It may, if it’s good enough, later be judged as art.*<sup>120</sup> (Eames, 1972)

A questão que imediatamente se impõe também pode ser resumida numa frase em inglês: *when is good enough, good enough?...*

---

118 (...) a má fama que possa ter o design s devemos-la a essa época, e a responsabilidade última de que hoje em dia seja um conceito tão negativo, têm-na os próprios designers e o ambiente em que se produziu este fenómeno. T.L.]

119 *Com a aparição do trabalho de Marc Newson ou Ron Arad em galerias de arte, algum tipo de linha de transgressão foi atravessado. A ideologia do design tem estado intimamente ligada à resolução de problemas. Agora é-nos oferecida uma categoria de objecto completamente diferente. Não é um que seja provável fazer muito, no curto prazo, para alterar as posições relativas de arte e design na hierarquia social. O que fará é alimentar o que pode ser uma curta explosão de novo trabalho efusivo.* [T.L.]

120 — É o design uma expressão de arte? § — Eu diria que é uma expressão de propósito. Pode, se for suficientemente bom, ser mais tarde valorizado como arte. [T.L.]

## 1.4. Sumário

Neste capítulo começa por se abordar a aparente desproporção entre a enorme presença do design nos diversos aspectos da vida quotidiana e a pouca importância que lhe é atribuída. Questiona-se o carácter eventualmente excepcional de tal circunstância, e aventam-se algumas explicações possíveis. Um dos aspectos que se afiguram relevantes prende-se com a relação do design com a arte. Historicamente e, em parte, na sua natureza. Por essa razão, e também para perceber de que modo, ao longo dos tempos, os filósofos foram interpretando e procurando explicar a arte, a sua relação com outras disciplinas, faz-se uma resenha histórica da definição do sistema de artes e das mais importantes tentativas de definir arte. Essas resenhas permitem, entre outras coisas, constatar a reiterada exclusão do design, que (ao contrário de outros domínios tão ou mais recentes) não parece, em momento algum, entrar nas cogitações dos filósofos da arte. Se esta ausência resolve — por negação — a importância da relação entre design e arte, parece simultaneamente confirmar a proposição inicial da *invisibilidade* do design, pois é incontestável que, se não é objecto de estudo, é por que é *invisível* (ou entendido como pouco relevante, que é outra forma de ser invisível.)

Se isto parece ser assim na filosofia da arte, já na teoria do design a questão da relação design-arte nunca deixou de ser discutida. O mesmo acontece na prática, onde sobretudo a partir das últimas décadas do século passado as incursões de artistas e designers em terreno alheio são cada vez mais frequentes. Analisámos algumas dessas incursões, tentando perceber como, de um lado e de outro, é lido o território alheio (ou essoutro território intermédio).

Por fim, coloca-se a hipótese de serem essas veleidades artísticas do design a estar na origem de grande parte dos equívocos que afectam o design e a determinar parte da sua actual *má fama*. É isso que procuraremos esclarecer de seguida.

## Referências

- ADAJIAN, Thomas (2012) - The Definition of Art. In ZALTA, Edward N., ed. - *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. (Winter 2012 Edition), [Consult. 2012-08-15]. Disponível em WWW:  
<url:http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/art-definition/>.
- BARTHES, Roland (1957) - *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil
- BATTEUX, Charles (1749) - *Les beaux-arts réduits à un même principe (moderne)*. [Em linha]. Paris: Ed. Durand. [Consult. 2013-12-21]. Disponível em WWW:  
<url:http://fr.wikisource.org/wiki/Les\_beaux-arts\_r%C3%A9duits\_%C3%A0\_un\_m%C3%Aame\_principe\_-\_Partie\_1,\_chapitre\_1\_%28moderne%29>.
- BAUDRILLARD, Jean (1968) - *Le système des objets*. Paris: Gallimard.
- BAZIN, A. (1981) - *Qu'est-ce que le cinéma?* Paris: Éditions du Cerf.
- BELL, Clive (1987 [1914]) - *Art*. Oxford: Oxford University Press.
- BENJAMIN, Walter (1992 [1936]) - A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In BENJAMIN, Walter - *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água. pp. 71-110.
- BRANZI, Andrea (1989) - We are the primitives. In MARGOLIN, Victor, ed. - *Design discourse : history, theory, criticism*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 37-41.
- CANUDO, Ricciotto (1995 [1917]) - *Manifeste des sept arts suivi de A l'ordre du jour, la censure au cinéma Le public et le cinéma TSF*. Paris: Séguier. (Carré d'art).
- CARROLL, Noël (1999) - *Philosophy of art: a contemporary introduction*. London; New York: Routledge. (Routledge contemporary introductions to philosophy).
- \_\_\_\_ (2000) - *Theories of art today*. Madison: University of Wisconsin Press.
- D'ALEMBERT, Jean Le Rond (2011 [1751]) - Discours préliminaire des éditeurs. In DIDEROT, Denis; D'ALEMBERT, Jean Le Rond ; MORRISSEY, Robert, ed. - *Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, etc.* (Spring 2011 edition), Chicago: University of Chicago: ARTFL Encyclopédie Project. [Consult. 2012-08-02]. Disponível em WWW:  
<url:http://encyclopedia.uchicago.edu/node/88>.
- DAGOGNET, François (2002) - *100 palavras para começar a filosofar*. Lisboa: Teorema. (Teorema Série especial).
- DANTO, Arthur (1964) - The Artworld. *The Journal of Philosophy* [em linha]. vol. 61: n.º 19, pp. 571-584. [Consult. Disponível em WWW:



<url:<http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/visualarts/Danto-Artworld.pdf>>.

DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] (2009) - *A companion to aesthetics*. 2nd ed. Chichester: Wiley-Blackwell.

DE FUSCO, Renato (2008) - *El placer del arte comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: GG.

DICKIE, George (1969) - Defining Art. *American Philosophical Quarterly*. Ano/vol. 6, n.º 3 (Jul. 1969). pp. 253-256.

\_\_\_\_ (1974) - *Art and the aesthetic: an institutional analysis*. Ithaca, New York: Cornell University Press.

\_\_\_\_ (1997) - *Introduction to aesthetics: an analytic approach*. New York; Oxford: Oxford University Press.

\_\_\_\_ (1997 [1984]) - *The Art Circle: A Theory of Art*. Chicago: Spectrum Press (KY).

\_\_\_\_ (2008) - *Introdução à estética*. Lisboa: Editorial Bizâncio.

\_\_\_\_ (2008 [1974]) - What is Art? An Institutional Analysis. In CAHN, Steven M.; MESKIN, Aaron - *Aesthetics: a comprehensive anthology*. Malden, Massachusetts: Blackwell. pp. 426-437.

DICKIE, George; GUERREIRO, Vitor, trad.; MURCHO, Desidério, rev. cient. (2008) - *Introdução à estética*. 1ª. Lisboa: Editorial Bizâncio.

DILNOT, Clive (2010) - *The state of design history, Part I: mapping the field*. Eds. Grace Lees-Maffei, Rebecca Houze. Oxford: Berg. (The design history reader).

EAMES, Charles (1972) - *Design Q&A* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (5 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na colectânea "The Films of Charles & Ray Eames, vol.4" [DVD] a partir de entrevista realizada por L. Amic. Chatsworth: Image Entertainment,1993). Tít. [Consult. Date Accessed]. Filme incluído na colectânea "The Films of Charles & Ray Eames, vol.4" [DVD] a partir de entrevista realizada por L. Amic. Chatsworth: Image Entertainment,1993.

EAMES, Charles ; EAMES, Ray (1952) - *Blacktop: A Story of the Washing of a School Play Yard* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (11 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na colectânea "The Films of Charles & Ray Eames, vol.2" [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment,1989). Tít. [Consult. Date Accessed]. Filme incluído na colectânea "The Films of Charles & Ray Eames, vol.2" [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment,1989.

EAMES, Ray (1981) - *Goods* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (7 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na colectânea "The Films of Charles & Ray Eames, vol.4" [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment,1993).

- Tít. [Consult. Date Accessed]. Filme incluído na colectânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.4' [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment, 1993.
- FISHER, John A. (2005) - High art versus low art. In GAUT, Berys Nigel; LOPES, Dominic - *The Routledge companion to aesthetics*. 2nd. ed. London: Routledge. pp. 527-540.
- HARRISON, Andrew (2009) - Style. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 544-547.
- HEGEL, G. W. F. (1998) - *Aesthetics: Lectures on Fine Art* [em linha]. vol. 1: [Consult. 2012-08-15]. Disponível em WWW: <http://books.google.pt/books?id=ia4itFh1RhsC&lpg=PP1&dq=hegel%20aesthetics&hl=pt-PT&pg=PP1#v=onepage&q=hegel%20aesthetics&f=false>.
- HURTADO, Rosario (2012) - *Symposium 2012* [em linha]. [Consult. 2013-12-11]. Disponível em WWW: <http://www.weissenhof-institut.abk-stuttgart.de/wordpress/tag/test-3/?lang=en>.
- HUSWITT, Gary (2007) - *Helvetica* [Filme em linha]. prod. HUSWITT, Gary, Swiss Dots. (80 min.): color., son.; DVD. Tít. [Consult. Date Accessed].
- JUDD, Donald (1993) - It's Hard to Find a Good Lamp [em linha]. [Consult. 2013-06-06]. Disponível em WWW: <http://www.juddfoundation.org/furniture/essay.htm>.
- KINROSS, Robin (1988) - Herbert Read's Art and Industry: a history. *Journal of Design History* [em linha]. vol. 1: n.º 1, pp. 35-50. [Consult. 2013-11-16]. Disponível em WWW: <http://jdh.oxfordjournals.org/content/1/1/35.extract>.
- KIRKHAM, Pat (1995) - *Charles and Ray Eames: designers of the twentieth century*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- KRISTELLER, Paul Oskar (1951) - The modern system of the Arts: a study in the history of Aesthetics (Part I). *Journal of the History of Ideas* [em linha]. vol. 12: n.º 4, pp. 496-527. [Consult. 2013-08-13]. Disponível em WWW: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707484?uid=3738880&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603>.
- \_\_\_\_ (1952) - The modern system of the Arts: a study in the history of Aesthetics (Part II). *Journal of the History of Ideas* [em linha]. vol. 13: n.º 1, pp. 17-46. [Consult. 2013-08-13]. Disponível em WWW: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707724?uid=3738880&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603>.
- LEVINSON, Jerrold, ed. (2005) - *The Oxford handbook of aesthetics*. Oxford: Oxford University Press.
- LEVINSON, Jerrold (2011 [1990]) - *Music, art, and metaphysics: essays in philosophical aesthetics*. Oxford: Oxford University Press.

- MALDONADO, Tomás (1991) - *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore.
- MANCHESTER, Elizabeth (2007) - Richard Hamilton: Toaster, 1967. *Tate: Artworks* [em linha]. [Consult. 2013-12-13]. Disponível em WWW: <url:http://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-toaster-p04253/text-summary>.
- MOMA, MUSEUM OF MODERN ART. New York; Hunter, Sam (1984) - *The Museum of Modern Art, New York : the history and the collection*. New York: H.N. Abrams; Museum of Modern Art, New York.
- MUNARI, Bruno (1978 [1971]) - *Artista e designer*. Roma: Editori Laterza.
- \_\_\_\_ (1979 [1971]) - *Artista e designer*. Lisboa: Editorial Presença. (Coleção Dimensões).
- \_\_\_\_ (1994 [1971]) - *Codice ovvio*. Fossati, Paolo, ed. Torino: Einaudi. (Einaudi letteratura).
- NOVITZ, David (2009) - Function of art. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 297-301.
- PARRISH, Graydon; SIMKIN, Mikhail (s.d) - *Donald Judd, or Cheap Furniture?* [em linha]. [Consult. 2012-07-18]. Disponível em WWW: <url:http://reverent.org/donald\_judd\_or\_cheap\_furniture.html>.
- PEVSNER, Nikolaus (1991 [1936]) - *Pioneers of modern design*. Middlesex: Penguin Book.
- PLATÃO (1987 [c. 380 a.C.]) - *A República*. 5a. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- POLANO, Sergio; BULEGATO, Fiorella (2002) - *Achille Castiglioni: complete works*. Milan: Electa Architecture.
- RADER, Melvin; JESSUP, Bertram (1976) - *Art and human values*. Englewood Cliffs; London: Prentice-Hall.
- RADICE, Barbara (2003 [1984]) - Memphis and fashion. In GORMAN, Carma - *The industrial design reader*. New York: Allworth Press. pp. 204-208.
- RAWSTHORN, Alice (2013) - Donald Judd and the Art of Living. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-06-02]. Disponível em WWW: <url:http://www.nytimes.com/2013/06/03/arts/design/donald-judd-and-the-art-of-living.html?ref=donaldjudd>.
- \_\_\_\_ (2013) - Franz West, a Sculptor Who Defied Categories. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-08-18]. Disponível em WWW: <url:http://www.nytimes.com/2013/08/19/arts/design/Franz-West-a-Sculptor-Who-Defied-Categories.html?\_r=0>.

- READ, Herbert (1934) - *Art and industry: the principles of industrial design*. London: Faber & Faber.
- ROSENBERG, Harold (1983) - *The De-Definition of Art*. Chicago: University of Chicago Press.
- SAINT-VICTOR, Hugues de (1961 [c.1135]) - *The Didascalicon of Hugh of St. Victor, a medieval guide to the arts: Translated from the Latin with an introduction and notes by Jerome Taylor*. New York; London: Columbia University Press.
- SMITH, Roberta (2004) - Designers for a day: sculptors take a turn. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-06-10]. Disponível em WWW: <url:http://www.nytimes.com/2004/09/10/arts/design/10SMIT.html?\_r=2&>.
- STARDUST MODERN ([200-?]) - Flos Table Gun Lamp Gold by Philippe Starck [em linha]. [Consult. 2013-12-28]. Disponível em WWW: <url:http://www.stardust.com/FLOSTABLEGUN-p-flos.html>.
- STECKER, Robert (2000) - Is it reasonable to attempt to define art? In CARROLL, Noël - *Theories of art today*. Madison: University of Wisconsin Press. pp. 45-64.
- STOCK, Kathleen (2009) - Definition of “art”. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 231-234.
- STOCK, Kathleen; MURCHO, Desidério, trad. (2010) - A definição da arte. *Crítica: revista de filosofia* [em linha]. [Consult. 2012-08-02]. Publicado originalmente em *A Companion to Aesthetics*, 2ª ed., org. por Stephen Davies, Kathleen Marie Higgins, Robert Hopkins, Robert Stecker e David E. Cooper. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Disponível em WWW: <url:http://criticanarede.com/defarte.html>.
- SUDJIC, Deyan (2009) - *The language of things*. London: Penguin.
- TATARKIEWICZ, Wladislaw (1997 [1975]) - *Historia de seis ideas: arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. 6a. ed. Madrid: Tecnos. (Colección metrópolis.).
- TOLSTÓI, Lev (1996 [1898]) - *What is Art?* Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- \_\_\_\_ (1998 [1898]) - What is Art? In HARRISON, Charles; WOOD, Paul; GAIGER, Jason, ed. - *Art in theory, 1815-1900: an anthology of changing ideas*. Oxford; Malden, Massachusetts: Blackwell. pp. 814-821.
- VÉRON, Eugène (1890 [1878]) - *L'Esthétique origine des arts, le goût et le génie, définition de l'art et de l'esthétique*. 3eme. ed. Paris: C. Reinwald, Schleicher Frères Éditeurs. (Bibliothèque des sciences contemporaines).
- WARBURTON, Nigel (2007) - *O que é a arte?* Lisboa: Bizâncio.

WEITZ, Morris (1956) - The Role of Theory in Aesthetics. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* [em linha]. vol. 15: n.º 1, pp. 27-35. [Consult. 02-08-2012]. Disponível em WWW: <url:http://www.jstor.org/stable/427491>.

\_\_\_\_ (2004) - O papel da teoria na estética. *Crítica: revista de filosofia* [em linha]. [Consult. 2012-08-02]. TEIXEIRA, Célia, trad. Publicado originalmente em *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. XV (1956), pp. 27-35. Disponível em WWW: <url:http://criticanarede.com/fil\_teorიაestetica.html>.

WIKIPEDIA CONTRIBUTORS - The arts. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. [Consult. 2013-06-16]. Disponível em WWW: <url:http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The\_arts&oldid=591755415>.

\_\_\_\_ - Charles Eliot Norton Lectures. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. [Consult. 2014-02-02]. Disponível em WWW: <url:http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Charles\_Eliot\_Norton\_Lecture&oldid=593205623>.

WITTGENSTEIN, Ludwig (1995 [1953]) - *Tratado lógico-filosófico / Investigações filosóficas*. 1ª ed. port. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

ZIMMERMANN, Yves (2003) - El arte es arte, el diseño es diseño. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 57-74.

## 2. Entre forma, fama e função

---

### Uma nota prévia

No ponto 1.5. da Introdução referimo-nos ao livro *Design in Question* (Baur et al., 2012) e à sua importância para este trabalho.

Na fase final do nosso trabalho, deparámo-nos com aquele título, cuja proximidade com o da nossa tese é óbvia. O livro resulta de uma acção levada a cabo, em 2009, na *ELISAVA - Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona* pelo designer gráfico francês Ruedi Baur (1956-), e pelo *Design2context*, o instituto para pesquisa em Design da *ZHdK* (Universidade das Artes de Zurique).

A acção consistiu num “call for questions” global e resultou numa “parede tipográfica” onde foram apresentadas as cerca de setecentas questões recebidas de todo o mundo.



Fig. 35 | “Parede tipográfica” na ELISAVA aquando da acção “Design in question”, Barcelona, 2009

Três anos mais tarde a *Lars Müller Publishers* reuniu-as num livro. Encomendámo-lo sem saber muito bem o que esperar. De reduzidas dimensões mas bastante volumoso, parecia, inicialmente, ser pouco mais do que uma curiosidade: quase 700 páginas, cada uma contendo uma questão sobre design. Ainda que muitas das perguntas fossem estimulantes e coincidentes com as que estão na génese do nosso trabalho, não parecia que o livro pudesse ser muito útil para além do conforto que resulta de ver confirmada a pertinência das questões que havíamos levantado.

Marcámos algumas páginas que continham as formulações que pareciam ser as mais interessantes, embora sem grande expectativa de poder vir a usá-las: eram frases soltas, sem qualquer outro enquadramento e, na maior parte dos casos, de autores “anónimos” sem peso teórico específico.

Mas não perdemos o livro de vista nem esquecemos por completo as concordâncias nos títulos — *A questão do Design* vs. *Design in question* —, as simetrias com as preocupações expressas em

muitas daquelas páginas e, sobretudo, a proximidade das nossas questões com as dos responsáveis pelo evento confirmada no editorial, com o título “Questioning design”, de que transcrevemos os excertos mais significativos:

*Questioning design is a political act. The culture of questioning is deeply embedded in this discipline. However, although designers almost naturally cultivate questions when faced with the problem, in order to obtain a better understanding of the subject of their transformation, this method is only rarely applied to analysis of their work. In order to develop a healthy relationship with their own output, it seems necessary to confront the structures, habits, attitudes and expectations making up the individual, the discipline and the system in which all these factors operate. Understanding the sphere of one's actions and against what one acts is a prelude to any critical thought, and a dimension that depends on the educational foundations of this creative attitude.*

*[...] The request by the “Design2context” research institute received a response from hundreds of designers from all over the world [...] Taken as whole, it is a magnificent living portrait of this discipline, the ideals of which are shifting dangerously further away from everyday reality and the expectations of the consumer society. In this regard, **this small publication, which seems to be recreational, is in fact a sociological portrait of design by its actors.** [...]*

*However, **this culture of “questioning”, of rethinking the question, is not seen in a positive light by everyone. Some people, even among designers, see their mission as “neither philosophy nor to improve society, but to comply with requests as well as possible.”** When observing, the evolution of part of the discipline, some people have no hesitation in speaking of a design that could become the engineering of the twenty-first century, the engineering of the society of the spectacle, of the total command of the ideology of marketing. These positions contrary to the ideals of design now have enough influence to endanger the places of questioning, the critical research institutes, to make way for a kind of*



*innovation center, for institutions were doubt and questioning are excluded.*<sup>126</sup> (Baur et al., 2012; sublinhados nossos)

Confirmando os receios expressos no último parágrafo, o *Design2context*, instituto dirigido pelos autores do texto, encerraria no final de 2011.

Em determinado momento, entendemos que este *retrato sociológico do design pelos seus actores* — tratando-se de uma iniciativa de instituições e de autores respeitáveis no contexto disciplinar — não tinha apenas uma validade própria, mas que podia contribuir para ajudar a confirmar a pertinência das questões levantados no nosso trabalho. Dado o seu carácter essencialmente gráfico, pareceu-nos que uma forma de o fazer seria utilizando algumas imagens feitas a partir das suas páginas, como “apartes” ao nosso texto — usando algumas das muitas questões que constituem o volume como sinais, balizas. Uma vez sublinhando o

---

<sup>126</sup> Questionar o design é um acto político. A cultura de questionar está profundamente enraizada nesta disciplina. No entanto, mesmo que os designers cultivem quase naturalmente as perguntas quando confrontados com os desafios que têm de resolver, com o objectivo de melhor compreenderem a matéria que será alvo da sua intervenção, este método só raramente é aplicado na análise do seu trabalho. No sentido de desenvolverem uma relação saudável com o resultado do seu trabalho, parece necessário confrontar as estruturas, hábitos, atitudes e expectativas que formam o indivíduo, a disciplina e o sistema no qual todos estes factores operam. Compreender a nossa esfera de acção e aquilo contra que se actua é um factor prévio a qualquer pensamento crítico e uma dimensão que depende das fundações educacionais desta atitude criativa § O pedido do instituto de pesquisa “Design2context” foi respondido por centenas de designers de todo o mundo [...]. Visto como um todo, trata-se de um magnífico retrato vivo desta disciplina cujos ideais estão a afastar-se perigosamente da realidade do dia-a-dia e das expectativas da sociedade de consumo. Ainda a este respeito, esta simples publicação, que parece quase lúdica, é na verdade um retrato sociológico do design feito pelos seus actores. § No entanto, esta cultura de questionar, de repensar a questão, não é vista de forma positiva por toda a gente. Algumas pessoas, mesmo entre os designers, vêem a sua missão “não como uma filosofia ou uma forma de melhorar a sociedade mas sim como responder às encomendas da melhor forma possível.” Quando observamos a evolução de parte da disciplina, algumas pessoas não hesitam em falar de um design que poderá tornar-se a engenharia do século XXI, a engenharia da sociedade do espectáculo, comandada totalmente pela ideologia do marketing. Estas posições, contrárias aos ideais do design, têm hoje suficiente influência para colocar em perigo a atitude de questionar, os institutos de pesquisa, para abrir caminho para o tipo de centros de inovação de onde a dúvida e o questionamento são excluídos. [T.L.]

que é dito, outras funcionando como contraponto (e vincando, desse modo, a riqueza do tema.)

Como tal, ao longo dos capítulos que compõem esta segunda parte, na margem das páginas, aparecem imagens que são fotografias feitas por nós de páginas do livro. As fotografias são deliberadamente “informais”, para significarem o carácter de sublinhados, de interpelações, que se pretende que tenham.

Se fossem integradas (como texto) no texto, poderiam aparecer entre parêntesis, como costuma fazer-se em textos literários com pensamentos que acompanham a narrativa ou diálogos, ou no cinema com a *voz-off*. Deste modo, funcionam aqui como uma espécie de sub-texto, como comentário à margem (literalmente). Como a segunda voz numa canção.<sup>127</sup>

Como o livro não tem numeração de páginas, não havendo assim outra informação a acrescentar àquela que consta da própria imagem, e dado o carácter excepcional destas imagens, optámos por inseri-las sem qualquer legenda adicional.

Embora cientes dos riscos, pareceu-nos que valia a pena transgredir a norma porque o procedimento permite enriquecer o texto, quer do ponto de vista estritamente visual, quer do ponto de vista semântico. Socorremo-nos, assim, de uma estratégia de design para incorporar um diagnóstico complementar feito do somatório de contribuições muito diversas.

---

<sup>127</sup> Como se as *colored girls* da canção de Lou Reed (1942-2013) viessem dar uma ajuda, fazendo ‘*doo do-doo do-doo do-do-doo*’, enquanto o protagonista dá *uma volta no lado agreste do design*...

## 2.1. FORMA / (in)definições

*Mas escrevo daquela ciência não só aprendida pelo ensino de outros pintores: mas naturalmente dada pelo sumo Mestre Deus, gratuita no entendimento, procedida de sua eterna Ciência. A qual se chama DESENHO, e não debuxo, nem pintura. O qual desenho assim natural no entendimento por Deus de que Ele tem a glória de quem nasce: é uma coisa tão grande e um dote tão divino, que o mesmo que Deus obra nele, naturalmente obra Ele em todas as obras manuais e intelectuais que podem ser feitas ou imaginadas. E assim como este desenho criado no entendimento ou imaginativa é nascido da eterna ciência incriada na nossa: assim a nossa ideia criada dá a origem e invenção a todas as outras obras artes e ofícios que usam os mortais.*

Francisco de Holanda, (1985 [1571], p.20)



Raros são os livros ou os textos generalistas sobre design que não começam com uma fatal interrogação — ***o que é o design?***

Se é expectável que isso aconteça em livros que visam introduzir o tema a um público mais vasto — casos, por exemplo, e para citar alguns dos mais importantes publicados nos últimos anos, de *Toothpicks and Logos* de John Heskett (2003) ou *Hello World* de Alice Rawsthorn (2013c)) —, já o é menos se a questão se vem repetindo há várias décadas nas introduções das histórias de design, das colectâneas de ensaios, em congressos, colóquios, etc. Dir-se-ia que isso seria natural se se estivesse a falar de um conceito recente ou de uma actividade qualquer obscura. Mas, como também já vimos, não é o caso.

Se fosse necessário um argumento curto para justificar o nosso trabalho, este serviria bem. De facto, essa inevitabilidade, essa necessidade de permanentemente se auto-explicar, diz muito sobre as dificuldades de afirmação que a disciplina vive e de que já fomos falando.

Situar e conformar o sujeito, parece assim imprescindível para que outras considerações sejam possíveis.

A palavra *forma* que dá título a este subcapítulo transcende, portanto, o significado em que normalmente é utilizada no campo disciplinar. *Forma* diz aqui respeito àquilo que define o design, que o configura: aquilo que o design é, se formos à procura dele nos dicionários e nos capítulos introdutórios dos livros. Diz respeito, desde logo, à palavra *design*; depois às múltiplas tentativas de definir *design*; às várias visões sobre as origens e o âmbito do design que aquelas múltiplas definições implicam; e, por fim, os modos como *forma* e *função* (agora nas acepções habituais) se articulam, se condicionam e se confrontam, e em que medida, nessa articulação e nesse confronto, reside grande parte da definição do design.

### 2.1.1. *Design* e aquilo que designa

Quase invariavelmente, e não por acaso, à questão *o que é o design?* segue-se a explicação das raízes etimológicas da palavra, dos seus diversos significados e das possibilidades e insuficiências das suas traduções ou equivalente noutras línguas. A razão é simples: no caso do design, a palavra não só explica como suscita parte substancial dos problemas.

Parece inevitável que façamos o mesmo. Todas essas incursões na etimologia repetem, como aliás seria expectável, os mesmos factos. Não haverá, cremos, grandes descobertas a fazer ou, a haver, serão do domínio da filologia ou da linguística e não saberíamos nós fazê-las. Interessará, então, fazer uma síntese daquilo que se sabe.



Sem surpresa, o cenário que descrevem e os problemas que identificam são inevitavelmente parecidos, se não os mesmos: os múltiplos usos da palavra, que levam Walker (1938-) a invocar, de novo, a *teoria das semelhanças de família* de Wittgenstein:

*“Design” is word which occurs in many contexts: a design, graphic design, fashion design, interior design, engineering design, architectural design, industrial design, product design, corporate design, design methods. It is not immediately obvious that the common essence underlies all these different usages. Ludwig Wittgenstein’s notion of family resemblance may be more appropriate as a linking concept than the idea of a single essence.*<sup>128</sup>

(Walker, 2010 [1989], p.280)

Alguns destes usos só ocorrem na língua inglesa — casos de *architectural design* ou de *engineering design* — mas grande parte, como *product design* ou *graphic design*, tem equivalente noutras línguas (*diseño de producto* ou *diseño gráfico*, em castelhano), ou noutros casos usando o termo inglês em combinação com palavras locais (*design de produto* ou *design gráfico*, em português).

A particular polissemia do termo é outra dificuldade embora essa afecte sobretudo os textos escritos em língua inglesa:

*Like all words and concepts, “design” gains in specific meaning and value not only because of what it refers to but also differentially, that is, via its contrast with other, neighbouring terms such as “art”, “craft”, “engineering” and “mass media”. This is one reason why definitions of design which purport to encapsulate an essential meaning tend to be so unsatisfactory. And, like most other words, “design” causes ambiguities because it has more than one common meaning: it can refer to a process (the act or practice of*

---

128 “Design” é uma palavra que surge em vários contextos: um desenho, design gráfico, design de moda, design de interiores, design de engenharia, design arquitectónico, design industrial, design de produto, design corporativo, métodos de design. Não é imediatamente óbvio que um sentido comum esteja por detrás de todas estas diferentes utilizações. A noção de Ludwig Wittgenstein das semelhanças de família serão mais adequadas como um conceito unificador do que a ideia de uma única essência. [T.L.]

*designing*); or to the result of that process (a design, sketch, plan or model); or to the products manufactured with the aid of a design (designed goods); or to the look or overall pattern of a product ('I like the design of that dress')<sup>129</sup>. (Walker, 2010 [1989], p.280)

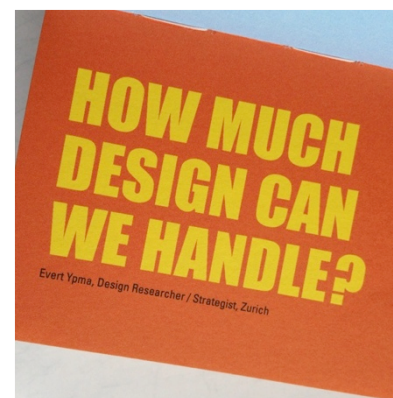
Essa polissemia foi sintetizada pelo historiador John Heskett, no já referido livro *Toothpicks and Logos*:

**“Design is to design a design to produce a design.”**

*The first is a noun indicating a general concept of a field as whole [...] The second is a verb, indicating action or process [...] The third is also a noun, meaning a concept or a proposal [...] The final use is again a noun, indicating a finished product of some kind, the concept made actual [...] <sup>130</sup>* (Heskett, 2003, p.5; sublinhados nossos)

O exercício de tradução daquela frase revela parte das dificuldades. Como se traduz o verbo? *Projectar*? *Desenhar*? E o primeiro substantivo? *Um desenho*? *Um projecto*? *Um conceito*? E o terceiro substantivo? *Um desenho*? *Um produto*? *Um objecto*? *Um padrão*?...

Parte destas dificuldades ocorrem apenas na palavra inglesa, mas têm reflexos noutras línguas sempre que há necessidade de traduzir (para português, por exemplo) um texto em que ela seja



129 Como todas as palavras e conceitos, o termo “design” adquire o seu valor e significado específico não só por aquilo a que se refere mas também quando se distingue de outros conceitos, ou seja, por contraste com outros termos próximos como “arte”, “artesanato”, “engenharia” e “mass media”. Esta é uma das razões por que as definições de design que tentam conter um significado essencial tendem a ser tão insatisfatórias. E, tal como a maior parte das palavras, “design” gera várias ambiguidades porque tem mais do que um significado comum: pode referir-se a um processo (o acto ou a prática do design); ao resultado desse processo (um desenho, um esboço, um plano ou um modelo); aos produtos fabricados com ajuda de um desenho (objectos de design); e ainda ao desenho ou ao padrão de um produto (“Eu gosto do padrão daquele vestido.”). [T.L.]

130 “Design é desenhar um plano para produzir um objecto.” § Primeiro é um substantivo indicando um conceito geral ou um campo, como um todo [...] O segundo é um verbo, indicando uma acção ou processo [...] O terceiro é outro substantivo, indicando um conceito ou uma proposta [...] O último uso é de novo um substantivo, indicando um produto acabado de algum tipo, o conceito materializado [T.L.]

usada — como fica claro (talvez de mais do que uma forma...) na tradução que ensaiamos para o excerto de Heskett.

E ainda que não de forma explícita, servindo a palavra tanto para designar o acto de antecipar algo como para referir o simples padrão de um tecido, é legítimo questionar se não estão na palavra (inglesa, mas de uso quase universal) as raízes dos equívocos sobre a(s) coisa(s) que ela designa. O que é causa e o que é consequência?

Esta ambivalência da palavra em inglês, suscita, como já vimos, dificuldades e equívocos na língua original. Porém, quando transportada para outras línguas, substituindo-se a outros vocábulos com que tem afinidades etimológicas ou semânticas, transporta para estas apenas parte daqueles significados — os significados *aparentes*. Como se ao nível linguístico acontecesse, afinal, aquilo que acontece de um modo geral com o design; como se ficássemos apenas com aquilo que é aparente na palavra *design* — aquilo que é *forma*, esquecendo aquilo é *projecto*, *propósito* ou *intenção*. Não possuindo todos os matizes do valor semântico da palavra (para já não invocar a sua utilização em expressões idiomáticas inglesas que acrescentam mais algumas dimensões de leitura), ficamos pela superfície.

Em português, nunca, ou quase nunca, nos socorremos da palavra *desígnio* (a sua equivalente mais próxima e rica) neste sentido. *Desígnio* em português é normalmente usado para um tipo de vontade superior ou exercida por um poder superior — “os desígnios de Deus”, é o exemplo que quase sempre se cita. Já *desenho* pode ser, e é, usado como substituto de *design* em mais do que um sentido. O “desenho de um carro” tanto pode significar um desenho representando um carro (um objecto existente ou um projectado) como a forma do carro — o *design* do carro.

O uso da expressão “bem (ou mal) desenhado” é natural entre designers e iniciados em design, mas também entre leigos quando a propósito de alguns — muito poucos — tipos de objectos. É provável que as mesmas pessoas que são capazes de, naturalmente, usar a expressão “bem desenhado” a propósito do último modelo de BMW ou de *smartphone*, não o façam a propósito de uma cadeira, da qual dirão mais facilmente que é “bonita”, “confortável”, “original”, etc. (os atributos que as fariam dizer “bem desenhado” se estivessem a falar de um dos outros). Ou seja, esta é uma formulação que só muito pontualmente se usa em português para falar de design; serve para automóveis e telemóveis, mas não para falar de móveis.



Como acima dissemos as origens etimológicas da palavra *design* têm sido revisitadas em inúmeros ensaios dedicados ao tema, em excertos introdutórios de textos mais abrangentes ou, até, sido temas de congressos<sup>131</sup>. A história que nos contam é, necessariamente, sempre parecida. A palavra Design tem a mesma origem das palavras portuguesas desenhar, desenho, designar, desígnio que, por sua vez, remetem para o elemento primitivo latino *sign-* marca, sinal, signo, etc. Assim, a partir do latim, teremos *signo* > *signare* > *de+signare* > *disegnare* > *disegno* > *desenho*. A maioria dos dicionários de língua portuguesa apontam para o nosso vocábulo *desenho* a importação do italiano *disegno*. Segundo o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (2002, p.1290), *designar* e *desígnio* são formas cultas (mantêm a pronúncia das consoantes guê e ene), enquanto *desenhar*

<sup>131</sup> “Etymology of Design” era o título do primeiro painel do 6º Congresso da *International Committee on Design History and Design Studies*, que se realizou em 2008, em Osaka, no Japão, com o tema *Another name for Design: words for creation*.



e *desenho* são formas divergentes por via popular, em que *gn* evoluiu foneticamente para *nh*, coincidindo a grafia com a pronúncia. O mesmo aconteceu em castelhano com *diseño*, mas já não no francês *désigner*. Houaiss atesta ainda que as acepções de *desígnio* e *desenho*, assim como a sua grafia, andaram confundidas durante séculos. Na língua francesa, o vocábulo *dessin*, com o significado de *desenho*, escrevia-se até ao século XV *dessein*, e o verbo da mesma família *desseigner* (do it. *designare*). Só a partir de então surgem as duas grafias *dessein* e *dessin*, reservando o uso da língua o primeiro para o sentido de *desígnio*, *fim*, *objectivo* e o segundo para *desenho*.

**design-** *el.comp.* antepositivo, ver **SIGN-**  
**design** /di'zajn/ [ing.] *s.m.* DES.IND **1** a concepção de um produto (máquina, utensílio, mobiliário, embalagem, publicação, vestuário etc.), esp. no que se refere à sua forma física e funcionalidade **2** *p.met.* o produto desta concepção **3** *p.ext.(da acp. 1)* m.q. DESENHO INDUSTRIAL **4** *p.ext.* m.q. DESENHO-DE-PRODUTO **5** *p.ext.* m.q. PROGRAMAÇÃO VISUAL **6** *p.ext.* m.q. DESENHO ('forma do ponto de vista estético e utilitário' e 'representação de objectos executada para fins científicos, técnicos, industriais, ornamentais') ♦ *d. gráfico* DES.IND GRÁF conjunto de técnicas e de concepções estéticas aplicadas à representação visual de uma ideia ou mensagem, criação de logotipos, ícones, sistemas de identidade visual, vinhetas para televisão, projecto gráfico de publicações impressas etc.  
 © ETIM ing. *design* (1588) 'intenção, propósito, arranjo de elementos ou detalhes num dado padrão artístico', do lat. *designāre* 'marcar, indicar', através do fr. *désigner* 'designar, desenhar'; ver *sign-*  
**designação** *s.f.* (1602-1605 cf. FeioFesta) acto ou efeito de designar **1** indicação de (alguém ou algo) entre os demais;

Fig. 36 | Verbete da palavra *design* no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa

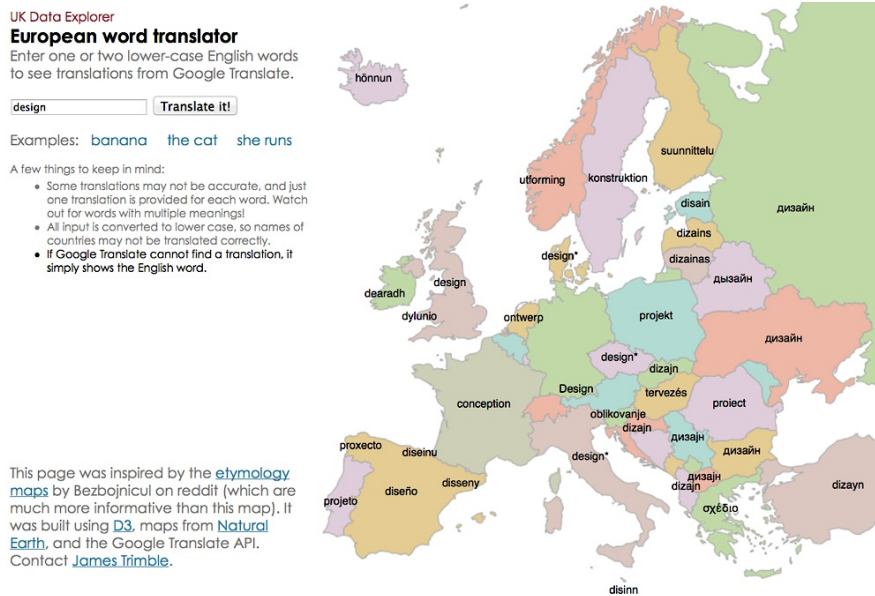
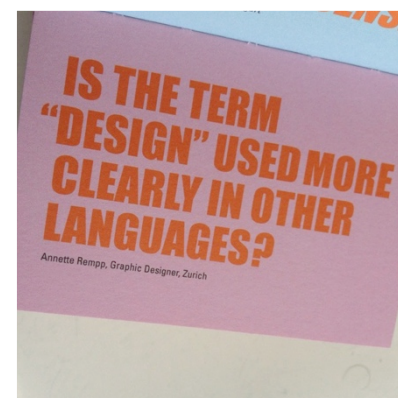


Fig. 37 | Traduções automáticas da palavra *design* em várias línguas europeias usando o serviço de tradução Google. A tradução portuguesa resultante é *projeto* (que coincide com uma das hipóteses de tradução preferidas pelos designers portugueses, a avaliar pelas respostas ao nosso inquérito).

Muitos dos ensaios sobre o tema oferecem perspectivas parciais que, no conjunto, permitirão contribuir para a construção de um atlas linguístico<sup>132</sup>: em “Del diseño” (1998), o designer suíço radicado em Barcelona, Yves Zimmermann, vale-se das circunstâncias biográficas e do domínio de várias línguas europeias para fazer uma síntese muito clara da evolução e relações de vários termos equivalentes; em “The different names for ‘Design’ and their respective meanings in Portugal (18th-20th Centuries)”,

<sup>132</sup> Uma versão alternativa desse atlas, seguramente muito pouco rigorosa mas ainda assim permitindo que se estabeleçam algumas relações, é o mapa que se obtém introduzindo a palavra numa página que recorre ao serviço automático de tradução do Google.



Barbosa, Calvera e Branco (2010) fazem uma breve história da introdução e do uso em Portugal das palavras relacionadas etimologicamente com os ofícios do desenho. Naturalmente, muitos são os estudos em língua inglesa sobre a palavra *design*, como é o caso do ensaio “The Word ‘Design’: Early Modern English Dictionaries and Literature on Design, 1604 – 1837”, em que Eduardo Côrte-Real (1961-) faz uma arqueologia do termo nos dicionários e literatura inglesa daquele período para defender que o aparecimento do termo no final do século XVI tem um óbvio significado para além do linguístico. O ensaio de Bruno Remaury “L’usage du mot design”(Remaury, 2006, pp.99-109), embora começando por uma abordagem etimológica do ponto de vista francês, centra-se sobretudo numa análise histórica das utilizações culturais da palavra, identificando três utilizações distintas em francês: como prática (“c’est le design”), como objecto (“c’est du design”) e como julgamento do gosto (“c’est design”). Finalmente, o filósofo de origem checa Vilém Flusser (1920-1991), em *Uma filosofia do design* (2010) escreve um capítulo “Sobre a palavra design”, em que parte da etimologia da palavra design e de termos afins para uma reflexão hermenêutica. E aí formula a pergunta que poderia servir de título a todo este capítulo: “como é que a palavra design ganhou o seu actual significado internacional?” A explicação de Flusser parece tão amarga como inquietante:

*a intenção (design) que está na base de toda a cultura, consiste em ludibriar a natureza através da técnica [...] O termo design conquistou o seu actual lugar na linguagem corrente quando começámos a aperceber-nos de que a condição humana consiste num plano (design) dirigido contra a natureza.* (2010, p.12)

Sejam quais forem as razões para a palavra ter conquistado esse lugar, a verdade é que o fez. E, assim, para tornar as coisas ainda



mais difíceis, à polissemia original de raiz etimológica juntou-se um outro tipo de polissemia, de natureza semântica mais recente, relacionada com novos significados adquiridos, mercê da mudança de perspectiva sobre a disciplina (ou, até mais que isso, das suas manifestações visíveis e da sua mediatização) que ocorreu nas últimas décadas e de que já fomos falando. Sobre esses aspectos, a que chamámos *fama*, falaremos mais à frente.

**desígnio** *s.m.* (1571 FOIF 140) ideia de realizar algo; intenção, propósito, vontade <os d. de Deus> ⊙ ETIM lat.tar. *designum, fi* 'intenção, propósito', der. do v. *designare* 'marcar, indicar'; ver *sign-*; f. hist. 1571 *desegno*, 1654 *desinio*, 1660 *designio* ⊙ SIN/VAR ver sinonímia de *propósito*  
**desigual-** *el comb antepositivo* ver FOIF-

Fig. 38 | Verbetes da palavra *desígnio* no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa

### 2.1.2. A promessa da função

*Beauty is the promise of function.*

Horatio Greenhough, (1957 [1852], p.75)

*Design has a twofold relation, having, in the first place, a strict reference to utility in the thing designed; and, secondarily, to the beautifying or ornamenting that utility. The word design, however, with the many has become identified rather with its secondary than with its whole signification – with ornament, as apart from, and often even as opposed to, utility. From thus confounding that which is in itself but an addition, with that which is essential, has arisen many of those great errors in taste which are observable in the works of modern designers.*

Henry Cole, (2005 [1852], p.108)

Do que vimos anteriormente fica claro que *design* se pode referir simultânea ou alternadamente a aparência e essência, representação, intenção, forma e função.

Essa relação entre forma e função, central na história do design (e não só), é um tema demasiado vasto para se tratar exaustivamente num sub-capítulo deste trabalho. Mas interessa-nos focar os aspectos que se ligam à expressão *form follows function*, na medida em que esta se transformou numa espécie de divisa da disciplina. O que não impede que seja entre forma e função que se situam muitos dos equívocos que afectam o design.

A frase de Cole citada na epígrafe (*“in the first place, a strict reference to **utility in the thing designed**; and, secondarily, to **the beautifying or ornamenting of that utility**”*) sugere uma separação, dois momentos — a *utilidade* e o *embelezamento* dessa *utilidade*, que é confirmada pelas palavras seguintes, ainda hoje inquietantemente válidas:

*“Para muitos, porém, a palavra design identifica-se sobretudo com o seu significado secundário e não com o seu sentido global – com ornamento à parte e, frequentemente, como o oposto de utilidade. Nesta confusão entre aquilo que é em si mesmo uma adição com aquilo que é essencial, têm tido origem muitos dos grandes erros de gosto que são observáveis nos trabalhos de designers modernos.”* (Cole et al., 2005 [1852], p.109)

Resolver esse “deslaçamento” será um dos propósitos em que se empenharão muitos dos protagonistas das últimas décadas do século XIX e das primeiras do seguinte: anular a separação entre forma e função. Ora subalternizando a forma à função, *a forma segue* (no sentido de que se submete) *a função*; ora tornando-as indistinguíveis, *a forma segue* (no sentido de que decorre de) *a função*. Este duplo sentido, que também existe no original inglês, dá origem a formulações diversas (e muitas vezes ambíguas) da retórica funcionalista (e da consequente pedagogia do design feita a partir da segunda metade do século XX). Em comum está

a ideia (e muitas vezes, explicitamente, o mote) “*form follows function*”.

*It is tempting to speculate that the word function would probably never have acquired such centrality and privilege in the theory of design if the phrase “form follows function” had not become one of design’s most famous sayings.*<sup>133</sup> (Spitz, 2008, p.175)

Forty retrata esse processo na relação com a teoria e a prática da arquitectura sendo que muitos desses contextos, dado que não aplicáveis ao design, serão necessários para melhor compreender o caminho realizado até à definição dessa relação entre forma e função tão determinante para a compreensão de diversos posicionamentos face ao design. A propósito de *função* diz Forty que desde o Séc. XVIII até ao Séc. XIX esta se prendeu sempre com a tectónica do edifício (Forty, 2004, pp.174-175), ou seja, com o seu desempenho estrutural, atribuindo o primeiro uso disciplinar da palavra a Carlo Lodoli (1690-1761) na década de 1740, como uma metáfora matemática em oposição ao sistema clássico de ornamento — “*Devonsi unire fabbrica e ragione — e sia funzion[e] la rappresentazione.*”<sup>134</sup> (citado em Forty, 2004, p.174),. As duas utilizações seguintes identificadas por Forty remetem para metáforas biológicas, a primeira, em que *função* corresponde a uma parte do edifício na relação com as outras e com o todo, como um órgãos (ou funções...) no corpo de um animal; a segunda, derivando da teoria orgânica da forma do Romantismo alemão, é aquela em que se inscrevem as famosas reflexões sobre forma e função de Louis Sullivan (1856-1924) e, antes dele, de Horatio Greenhough (1805-1852).

---

<sup>133</sup> É tentador especular que a palavra *função*, provavelmente, nunca teria adquirido tal centralidade e privilégio na teoria do design se a frase “*form follows function*” não se tivesse tornado num dos mais famosos chavões do design. [T.L.]

<sup>134</sup> Uni a produção com a razão e deixai a função ser representação. [T.L.]

Efectivamente, a origem mais próxima do mote que viria a transformar-se numa espécie de síntese panfletária do design é um texto de Horatio Greenhough, intitulado “American Architecture” originalmente incluído no livro *The travels, observations, and experience of a Yankee stonecutter* (Greenhough, 1958 [1852]). Greenhough recorreu a exemplos da Natureza para ilustrar o modo como a forma varia naturalmente,

*If, as the first step in our search after the great principles of construction, we but observe the skeletons and skins of animals, through all the varieties of beast and bird, of fish and insect, are we not as forcibly struck by their variety as by their beauty? There is no arbitrary law of Proportion, no unbending model of form*  
(Greenhough, 1957 [1852], pp.57-59).<sup>135</sup>

e de como a mesma lição se pode extrair através da observação atenta do processo de evolução de uma arma primitiva de um “selvagem dos Mares do Sul”. Segundo o exemplo de Greenhough, os objectos tenderiam a ganhar normalmente a sua forma se fossem gerados de forma orgânica e se assim evoluíssem, com adaptação à função progressivamente melhor.

*When the savage of the South islands shapes his war club, his first thought is of its use. His first efforts pare the long shaft, and mold the convenient handle; then the heavier end takes gradually the edge that cuts, while it retains the weight that stuns. His idler hour divides its surface by lines and curves, or embosses it with figures that have pleased his eye or are linked with his superstition. We admire its effective shape, [...] yet we neglect the lesson it might teach. . If we compare the form of a newly invented machine with the perfected type of the same instrument, we observe, as we trace it through the phases of improvement, how weight is shaken where strength is less needed, how functions are made to*

---

<sup>135</sup> Se, como primeiro passo na nossa demanda dos princípios da construção, nos ativermos a observar os esqueletos e as peles dos animais, em todas as variedades de feras e pássaros, de peixes e insectos, não somos violentamente impressionados pela sua variedade como pela sua beleza? Não há lei arbitrária de Proporção, nem um rígido modelo de forma. [T.L.]



*approach without impeding each other, how straight becomes curved, and the curve is straightened, till the straggling and cumbersome machine becomes the compact, effective, and beautiful engine.* <sup>136</sup> (op.cit., p.59)

A lei da *irredutível adaptação das formas à função* é uma regra de progressivo e natural aperfeiçoamento:

*If there be any principle of structure more plainly inculcated in the works of the Creator than all others, it is the principle of unflinching adaptation of forms to functions.* <sup>137</sup> (op.cit., p.118)

O texto de Sullivan, que tem como móbil explícito o edifício de escritórios em altura, não se afastava muito — no que ao nosso tema diz respeito — da argumentação de Greenhough, retomando a ideia de uma inevitabilidade da forma, de geração espontânea e natural:

*“Where function does not change, form does not change. [...] It is the pervading law of all things organic and inorganic, of all things physical and metaphysical, of all things human and all things superhuman, of all true manifestations of the head, of the heart, of the soul, that the life is recognizable in its expression, that form ever follows function. This is the law.”* <sup>138</sup> (Sullivan, 1896, p.408)

---

**136** Quando o selvagem das ilhas dos mares do Sul dá forma à sua maça, o seu primeiro pensamento é sobre o seu uso. Os seus primeiros esforços desbastam a longa haste e moldam a pega conveniente; depois a extremidade mais pesada ganha gradualmente a borda que corta, mantendo o peso que atordoa. Nas suas horas de descanso divide a sua superfície com linhas e curvas, grava-a com figuras que lhe agradam ou que se ligam à sua superstição. Nós admiramos a forma eficaz [...] e, no entanto, negligenciamos a lição que nos poderia ensinar. Se compararmos a forma de um instrumento recém-inventado com o tipo perfeito da mesma máquina, observamos, à medida que percorremos as diversas fases de aperfeiçoamento, como o peso é retirado onde é necessária menor resistência, como as funções são aproximadas sem colidirem entre si, como o direito se torna curvo e o curvo é endireitado, até que a máquina desgarrada e desajeitada se transforma numa máquina compacta, eficaz e bela. [T.L.]

**137** Se há um princípio da estrutura mais claramente inculcado nas obras do Criador do que todos os outros, é o princípio da *irredutível adaptação das formas às funções*. [T.L.]

**138** Onde a função não muda, a forma não muda. [...] É a lei que permeia todas as coisas orgânicas e inorgânicas, de todas as coisas físicas e metafísicas, de todas as coisas humanas e de todas as coisas sobre-humanas, de todas as verdadeiras manifestações da cabeça, do co-

[continua]



Este princípio da decorrência da forma a partir da função — natural ou automática, orgânica ou científica —, seria formulado igualmente por Henry van de Velde (1863-1957), invocando imagens orgânicas, de ossos e músculos e da naturalidade, de dependência mútua. No livro *Formules de la beauté architectonique moderne* (1978 [1916]), uma recolha de textos escritos entre 1902 e 1912 sobre o “*Style Nouveau*” publicada em Weimar em 1916, Van de Velde sintetizava os princípios formais do *novo estilo* (por oposição às visões nostálgicas de Ruskin e Morris) afirmando a necessidade de *reconhecer a verdadeira face das coisas*

[...] *qui aux époques de conception saine et logique, n'avait jamais demandé qu'à êtres prises pour ce qu'elles sont : une chaise pour une chaise, une table pour une table, une armoire pour une armoire, et en ainsi de suite. § § Or, précisément à l'époque, où nous commençâmes à prêcher l'évangile d'un Style nouveau nous fûmes mis en présence de créations nous apparaissant dans le frappant dépouillement de toute superfétation ornementale, dans la frappante nudité d'une construction rationnelle et conséquente; je veux parler de tous les édifices et de toutes constructions à charpentes métalliques : les gares, les halls, les ponts ! Nous nous trouvâmes face à face avec des choses qui nous montraient leur vraie face. [...] Pour la première fois depuis longtemps, nous étions en présence d'architecture organiques et dépouillés de tout ce qui pouvait induire à nous méprendre leur fonction. En plus, nous reconnûmes successivement un monde d'objets nouveaux : les machines, qui étaient conçues aussi rationnellement que le squelette sur lequel s'étend la chair de notre corps.*<sup>139</sup> (op.cit., p.9)

---

*ração, da alma, que a vida é reconhecível na sua expressão, que a forma sempre segue a função. Esta é a lei. [T.L.]*

139 [...] *que em épocas de concepção sã e lógica, nunca tinham querido ser tomadas por mais do que aquilo que são: uma cadeira por uma cadeira, uma mesa por uma mesa, um armário por um armário e assim por diante. Ora precisamente na época em que começámos a pregar o evangelho de um novo Estilo, fomos postos em presença de criações que nos apareciam despojadas de qualquer redundância ornamental, com a chocante nudez de uma construção racional e consequente; estou a falar de todas as construções e edifícios de estrutura metálica: as estações, os halls, as pontes! Encontrámo-nos face a face com coisas que nos*

[continua]

Entre esta visão orgânica (a que, não obstante, Van de Velde chamou *fórmula quase-científica* (op.cit., p.8)), e a visão de Hannes Meyer (1889-1954) expressa em *Die Neue Welt* (1926) ou em *bauen* (1928) passariam pouco mais de duas décadas. A *fórmula* de Meyer, porém, já pretendia ser científica — as coisas, e a forma das coisas, são resultado de uma equação:

*all things in this world are the product of the formula: (function times economy).*

*all these things are, therefore, not works of art:*

*all art is composition and, hence, is unsuited to achieve goals.*

*all life is function and is therefore unartistic.*<sup>140</sup> [...] (Meyer, 2002

[1928], p.117)

Considerados convenientemente todos os factores — e em *bauen* Meyer descreveu em grande detalhe todas as condicionantes a ser consideradas no projecto de uma casa (no caso, é essa a função) — a forma é quase o resultado automático daquela fórmula. A lógica funcionalista de um design-científico que é o resultado de uma correcta ponderação de todos os factores e da utilização correcta dos processos adequados seria muito desenvolvida na escola de Ulm, dando origem a novas metodologias de projecto que se tornarão o modelo para uma nova maneira de fazer e ensinar design. Os princípios que regiam o design de Ulm e da *gute form* ficaram bem expressos nos *Zehn Thesen für Gutes Design* (Dez princípios do bom design) delineados por Dieter Rams no final da década de 1970, que fazem depender esse *bom design* da verificação de uma série de premissas dependentes de

---

*mostravam a sua verdadeira face. [...] E além do mais, reconhecemos sucessivamente um mundo de novos objectos: as máquinas, que eram concebidas de forma tão racional como esqueleto sobre o qual se estende a carne do nosso corpo. [T.L.]*

<sup>140</sup> *todas as coisas no mundo são produto da fórmula: (função x economia). § todas estas coisas não são, portanto, obras de arte: § toda a arte é composição e, logo, inadequada para atingir objectivos. § toda a vida é função e, conseqüentemente, inartística. [T.L.]*

uma resposta responsável e *honest*a à função. Todos os princípios que referem a forma sujeitam-na a aspectos funcionais.

O *good design* assentava os seus princípios na resposta racional ao problema, na resolução eficaz da função. Por detrás da frieza da resposta científica, estava uma lógica formal continuadora da linguagem moderna e, como ela, assente numa retórica funcionalista, mas igualmente formalista.

Em última análise, como afirma Stephen Bayley (1951-), subjacente aos princípios do *good design* estará essencialmente uma questão de gosto:

*“good design” was rarely defined precisely, because what was really being discussed was not so much design of any sort as taste.* (Bayley, 2000 [1991], p.19) <sup>141</sup>

Ao primado do bom design e da retórica da função, sucederia o primado da forma, da retórica da forma e do significado da forma, com as consequências de que já falámos no final da primeira parte.

Entretanto a pedagogia do design continuaria a fazer-se essencialmente sobre essa ideia de interdependência natural e frutuosa entre forma e função. O propósito pedagógico, certamente compreensível, ajuda a perpetuar (entre os estudantes de arte e poucos mais, bem entendido), o mito da simbiose perfeita — um casamento feito no céu — entre forma e função. *A forma segue a função*, continua a ser apresentado como um axioma universalmente válido. Nesse discurso proselitista do design, que é acom-

---

<sup>141</sup> 'good design' foi raramente definido com precisão porque o que estava a ser discutido não era design de nenhum tipo mas sim o gosto. [T.L.]

panhado frequentemente do exemplo que melhor e mais simplesmente o ilustra, o proverbial *clip*, não se deixa espaço para os equívocos que tantas vezes nascem do choque entre forma e função.

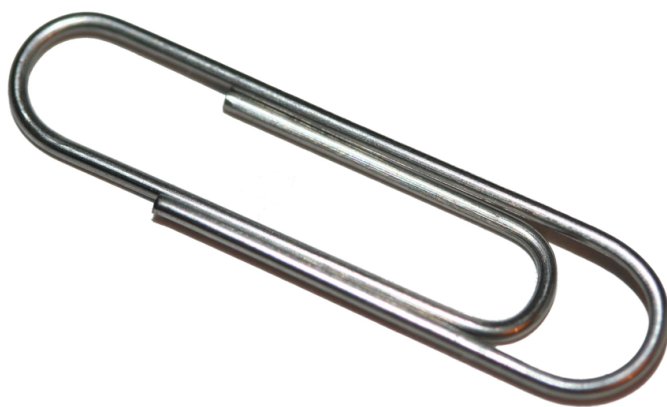


Fig. 39 | **William Middlebrook**, slide-on paper clip, aço, 1890

### 2.1.3. Definições

*There is probably as much controversy, and diversity of views, about what definitions are and what they do as there are definitions (...). I will not survey here large number of views about definition, and I will not argue that one conception of definition is the correct definition of "definition".*

Robert Stecker, (2000, p.59)

Como é natural, dos múltiplos significados e contextos de utilização da palavra *design*, decorre uma grande diversidade de definições. Sem pretender apresentar uma revisão exaustiva dos significados do termo na literatura disciplinar, interessa-nos aqui analisar aqueles que se revelaram mais marcantes nesse contexto e que definem, por si, perspectivas sobre a disciplina que sirvam para contextualizar as questões que suscitamos.

No verbete “Design” do seu *Design Dictionary*, Michael Erlhoff e Tim Marshall (2008a) começam por confessar a impossibilidade da tarefa

*At the risk of disappointing you, dear reader, it is impossible to offer a single and authoritative definition of the central term of this dictionary — design.*<sup>142</sup> (op.cit., p.104)

Para, cinco páginas depois, no fim de um percurso pela história da profissão e pelos vários campos e manifestações da disciplina, acabarem, recorrendo à definição mais usada:

*[...] as Herbert Simon outlined in the 60s, design can still be said to be about transforming existing situations into preferred ones.*<sup>143</sup>

(op.cit., p.109)

---

<sup>142</sup> Correndo o risco de o desapontar, querido leitor, é impossível fornecer uma única e confiável definição do termo central deste dicionário — design. [T.L.]

<sup>143</sup> [...] como Herbert Simon sublinhou nos anos sessenta, pode continuar-se a dizer que design trata de transformar situações vigentes noutras preferíveis. [T.L.]

Essa é, provavelmente, a mais citada definição de design. Não é da autoria de um designer ou teórico do design mas sim do cientista social e Prémio Nobel da Economia, Herbert Simon (1916-2001). Em 1969, Simon publicou *The sciences of the artificial*, uma obra centrada nas questões das ciências cognitivas e da inteligência artificial. Embora não tratando directamente de design (o autor nunca menciona a actividade ou os seus resultados), e interessando muito pouco para o estudo da disciplina, a verdade é que a palavra *design* é um dos termos centrais da obra (sendo usada num sentido próximo do que nos interessa, mas em contextos muito diversos). No quinto capítulo, intitulado “The Science of Design: creating the artificial”, Simon escreve:

*Everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones. The intellectual activity that produces material artifacts is no different fundamentally from the one that prescribes remedies for a sick patient or the one that devises a new sales plan for a company or a social welfare policy for a state. Design, so construed, is the core of all professional training; it is the principal mark that distinguishes the professions from the sciences. Schools of engineering, as well as schools of architecture, business, education, law, and medicine, are all centrally concerned with the process of design.*<sup>144</sup>

(1996 [1969], p.111; sublinhados nossos)




---

**144** *Projecta quem quer que conceba cursos de acção com o objectivo de transformar situações existentes em situações preferidas; a actividade intelectual que produz artefactos materiais não é fundamentalmente diferente da que prescreve remédios a um doente ou da que concebe um plano de vendas para uma companhia, ou uma nova política de bem-estar para um estado. Assim concebido, o projecto é o núcleo de todo o ensino profissional; é a principal marca que distingue as profissões das ciências. Tanto as escolas de engenharia, como as de arquitectura, comércio, educação, direito e medicina, se ocupam centralmente do processo de design.* (Simon et al., 1981 [1969], p.193-194) **Nota sobre a tradução:** a tradução da frase de Simon não é nada óbvia, e há vários anos que vimos ensaiando diversas possibilidades, sempre insatisfatórias. Tínhamos assentado numa possibilidade — “faz design todo aquele que planeia modos de agir destinados a transformar situações existentes em outras preferíveis” — quando encontramos esta tradução portuguesa. Seguindo a regra que definimos, é essa que usamos aqui. Porém, o uso da palavra *projecto* — apesar de nos parecer correcta e coerente com o conjunto da tradução e com o sentido global da obra — não é a que melhor serve do ponto de vista disciplinar do design. E é até possível

[continua]

O aspecto central da definição está, obviamente, na primeira frase: *transformar situações existentes em outras preferíveis*. Esse é um impulso humano básico (na realidade é um instinto animal). Aquilo que não é animal — e é aí que está o design — é *planejar modos de agir* para atingir esse fim.

*Engineering, medicine, business, architecture, and painting are concerned not with the necessary but with the contingent. Not with how things are but with how they might be. In short, with design.*<sup>145</sup> (1996 [1969], p.xii; sublinhados nossos)

Simon di-lo a propósito daquelas actividades, mas, por maioria de razão, poder-se-ia aplicar ao design.

A sua definição é muito aberta (o que é verificável na aplicação a disciplinas e campos de acção muito diversos), e a preferência de muitos designers por essa definição pode radicar na sua abrangência. No entanto, por um lado, não ajuda muito, no propósito de comunicar o design *aos outros* e, por outro, a abrangência não garante a sua operacionalidade em situações concretas.

*We can use a broad definition of design such as Herbert Simon's for establishing relations between different types of designing, but we cannot assume that a single model will characterize the design process for everyone.*<sup>146</sup> (Margolin, 1989, p.7)

Do mesmo tipo e também muito citada é a definição do designer (e divulgador do design) austríaco, Victor Papanek (1923-1998), incluída na sua obra mais importante *Design for the real world* (1985 [1971]):

---

que hoje, mais de trinta anos decorridos sobre aquela tradução, o seu autor já optasse por usar a palavra original inglesa em vez de usar uma tradução portuguesa.

<sup>145</sup> Engenharia, Medicina, de Gestão, Arquitectura, e Pintura estão preocupadas não com o necessário mas com o contingente. Não como as coisas são, mas como poderiam ser. [T.L.]

<sup>146</sup> Podemos usar uma definição ampla como a de Herbert Simon para estabelecer relações entre diferentes tipos de design, mas não podemos pretender que um único modelo caracterize o processo de design para toda a gente. [T.L.]

*All men are designers. All that we do, almost all the time, is design, for design is basic to all human activity. The planning and patterning of any act toward a desired, foreseeable end constitutes the design process. Any attempt to separate design, to make it a thing-by-itself, works counter to the fact that design is the primary underlying matrix of life. Design is composing an epic poem, executing a mural, painting a masterpiece, writing a concerto. But design is also cleaning and reorganizing a desk drawer, pulling an impacted tooth, baking an apple pie, choosing sides for a backlot baseball game, and educating a child. Design is the conscious and intuitive effort to impose a meaningful order.*<sup>147</sup>

(op.cit., p.3-4)

A definição de Papanek é devedora da que citámos de Simon — “*toward a desired, foreseeable end*” não é muito diferente de “*changing existing situations into preferred ones*” —, ainda que os exemplos sejam mais evocativos e próximos do leitor genérico. A definição, propriamente dita, está na última frase: “*the conscious and intuitive effort to impose a meaningful order*”, uma formulação também muito próxima da de Simon. A diferença fundamental é introduzida pela palavra *intuitiva* que não constava na primeira edição do livro e que, por isso, também não aparece em muitas citações. Papanek explica as razões que o levaram a fazer essa alteração:

*It is only in recent years that to add to the phrase “and intuitive” seemed crucial to my definition of design. Conscious implies intellectualization, cerebration, research, and analysis. The sensing/feeling part of the creative process was missing from my original definition. Unfortunately intuition itself is difficult to de-*

<sup>147</sup> Todos os homens são designers. Tudo o que fazemos, quase todo o tempo, é design, pois o design é básico a qualquer actividade humana. O planeamento e a configuração de qualquer acto tendo em vista uma finalidade desejável e antecipável, constitui o processo de design. Qualquer tentativa para separar o design, para fazer dele uma coisa isolada, contraria o facto de que o design é a matriz primária subjacente à vida. Design é escrever um poema épico, executar um mural, pintar uma obra-prima, compor um concerto. Mas design também é limpar e reorganizar a gaveta da secretária, arrancar um dente partido, cozer uma tarte de maçã, escolher equipas para um jogo de basebol de rua e educar uma criança. Design é o esforço consciente e intuitivo para impor uma ordem significante. [T.L.]



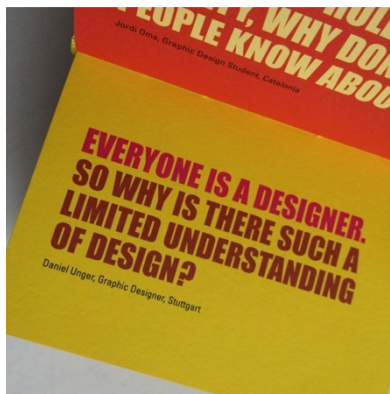


*fine as a process or ability. [...] The “how” of intuitive reasoning in design doesn’t readily yield to analysis but can be explained through example.*<sup>148</sup>(op.cit., p.4)

Muitos designers reconhecem-se nestas definições porque elas denotam uma concepção generosa no modo de descrever o design — i.e. o design é encarado como algo natural e omnipresente. Mas é esse entendimento abrangente, tão caro aos designers — *design é tudo* — que pode constituir-se como um obstáculo para os *não-designers*, que naturalmente têm dificuldade em conciliar a sua própria visão com o que lhes parecerá um delírio megalómano dos designers.

O designer e teórico do design italiano Enzo Mari (1932-), um partidário de um regresso do design à pureza das suas origens — num editorial da revista *Domus*, de Junho de 1980, o seu colega Alessandro Mendini (1931-) chamar-lhe-ia “a consciência de todos nós” —, defende uma posição próxima da que citámos de Papanek, dando uma descrição mais visceral dessa pulsão transformadora:

*Sono convinto che il progettare corrisponda a una pulsione profonda dell'uomo, come l'istinto di sopravvivenza, la fame, il sesso. Siamo una specie che vuole modificare il suo ambiente. Progettare è un'attività che coinvolge ogni pratica, nel momento in cui l'umanità cerca di migliorare le proprie norme o quando, contraddicendole, trova soluzioni a «altre» (...) Ognuno di noi progetta, ogni giorno, quando è obbligato a prendere le proprie decisioni, anche quelle apparentemente banali. [...] Si procede per tentativi, valutando empiricamente le diverse soluzioni possibili. L'umanità si è evoluta progettando*



---

<sup>148</sup> Só em anos recentes achei crucial acrescentar “e intuitivo” à minha definição de design. Consciente implica intelectualização, raciocínio, pesquisa e análise. Faltava à minha definição original a parte sensitiva e sensorial do processo criativo. Infelizmente a intuição é difícil de definir como processo ou competência. [...] O “como” do raciocínio intuitivo em design não cede facilmente à análise, mas pode ser explicado através do exemplo.

*ciò che le era essenziale, dall'amigdala agli strumenti per accendere il fuoco, [...]*<sup>149</sup> (Mari, 2011, p.5)

Esta visão do design como competência inata, específica e definidora da humanidade — “o único animal que...” — sendo embora sedutora para os seus profissionais é, todavia, muito pouco operativa no que toca à comunicação da actividade em design para os outros. Afinal, o que distingue qualquer pessoa de um designer? Segundo Mari, muito pouco:

*Tutti gli uomini hanno la capacità di progettare. E tutti nascono uguali. Per questo affermo che la differenza fra me e chiunque altro è minima, non più di un 5 per cento fatto di metodologie e conoscenze tecniche.*<sup>150</sup> (op.cit., p.7)

O entendimento que Mari tem do design leva-o a partilhar esse acréscimo de competência com os outros, antecipando o conceito de *open-source design* em algumas décadas, com a obra *Proposta per un'autoprogettazione* (1974).

A verdade é que a progressiva afirmação da disciplina e da profissão no pós-guerra obrigou a definições mais disciplinares e restritivas.

---

<sup>149</sup> Estou convencido que projectar corresponde a uma pulsão profunda do homem, como o instinto de sobrevivência, a fome, o sexo. Somos uma espécie que quer modificar o seu ambiente. Projectar é uma actividade que envolve todas as práticas, no momento em que a humanidade procura melhorar as próprias normas, ou quando, contradizendo-as, encontra soluções à margem [...]. § Cada um de nós projecta, todos os dias, quando é obrigado a tomar suas próprias decisões, mesmo as aparentemente triviais. [...] Procede-se por tentativa e erro, avaliando empiricamente as diferentes soluções possíveis. A humanidade evoluiu a projetar o que era essencial, do biface às ferramentas para acender o fogo. [T.L.]

<sup>150</sup> Todos os homens têm a capacidade de projectar. E todos nascem iguais. Por isso afirmo que a diferença entre mim e qualquer outro é mínima, não mais que uns 5 por cento feito de metodologia e conhecimento técnico. [T.L.]

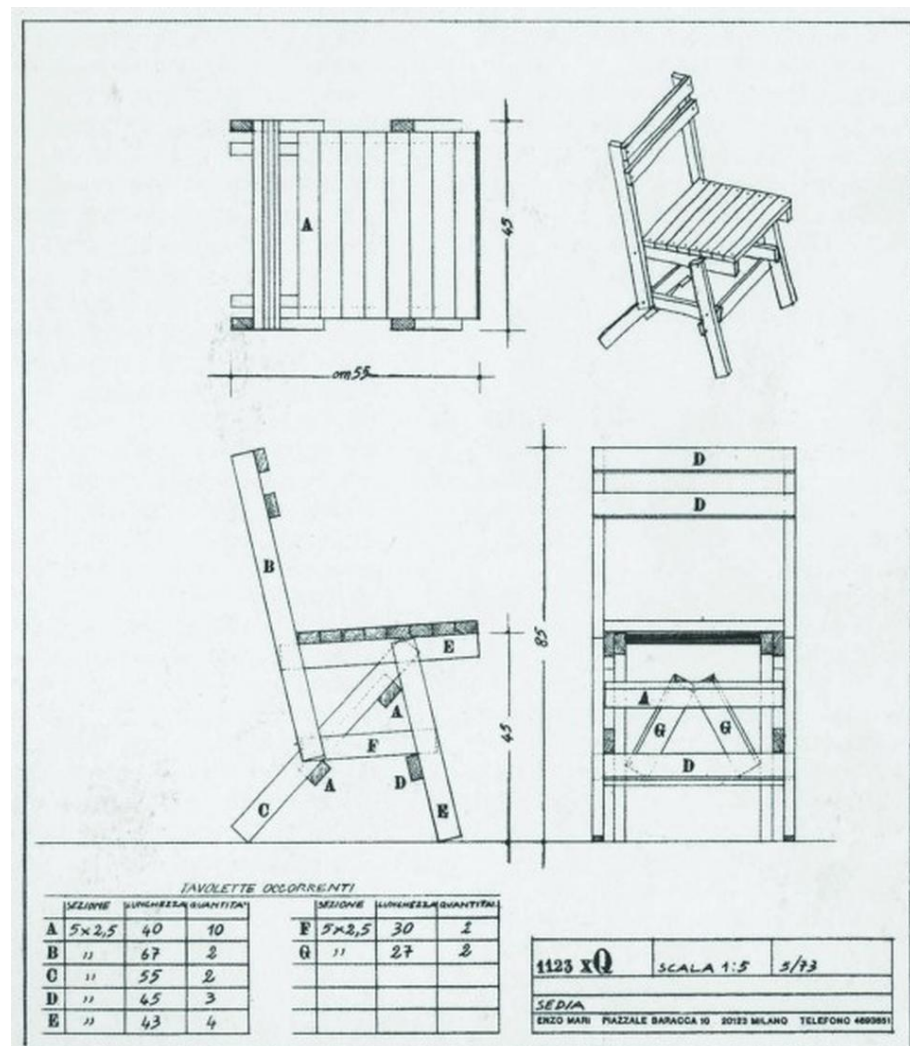


Fig. 40 | Enzo Mari, desenho do livro Autoprogettazione (1974)

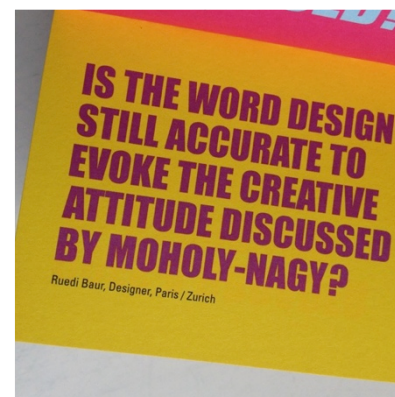
No livro *Vision in Motion* (1947), publicado postumamente, László Moholy-Nagy (1895-1946) sintetiza o seu pensamento sobre design e inclui aquela que é considerada a primeira definição disciplinar publicada, contendo alguns elementos fundamentais que serão tratados em futuras definições oficiais. A definição encerra, simultaneamente, um valor pedagógico e delimitador de funções e competências próprias do design(er) e pode dividir-se em quatro partes. A primeira sobre a natureza do design enquanto *atitude*:

*Designing is not a profession but an attitude. Design has many connotations. It is the organization of materials and processes in the most productive, economic way, in a harmonious balance of all elements necessary for a certain function. It is not a matter of façade, of mere external appearance; rather it is the essence of products and institutions, penetrating and comprehensive. Designing is a complex and intricate task. It is integration of technological, social and economic requirements, biological necessities, and the psychophysical effects of materials, shape, color, volume, and space: thinking in relationships.*<sup>151</sup> (1947, p.42; sublinhados

noossos)

a segunda sobre a atitude do designer (mais do que sobre as suas competências específicas) face à comunidade; centra a definição das competências do designer em alguns aspectos como o da indivisibilidade do design entre a concepção das características interiores e exteriores dos objectos. Isto revela o esforço, já então necessário, para desfazer o equívoco da ligação do design exclusivamente com estas últimas:

*The designer must see the periphery as well as the core, the immediate and the ultimate [...] He must anchor his special job in the complex whole. The designer must be trained not only in the use of materials and various skills, but also in appreciation of organic functions and planning. He must know that design is indivisible, that the internal and external characteristics of a dish, a chair, a table, a machine, painting, sculpture are not to be separated. The idea of design and the profession of the designer has to be transformed from the notion of a specialist function into a generally valid attitude of resourcefulness and inventiveness which allows projects to be seen not in isolation but in relationship with the need of the individual and the community. One cannot*



151 *Design não é uma profissão mas uma atitude. O design tem várias conotações. É a organização dos materiais e processos no sentido mais económico e produtivo, num equilíbrio harmonioso de todos os elementos necessários a determinada função. Não é uma questão de fachada, de mera aparência externa; é antes a essência de produtos e instituições, penetrante e completa. O design é uma tarefa complexa e intrincada. É a integração de requisitos tecnológicos, sociais e económicos, das necessidades biológicas e dos efeitos psicofísicos dos materiais, forma, cor, volume e espaço: pensando em relações.* [T.L.]

*simply lift out any subject matter from the complexity of life and try to handle it as an independent unit.*<sup>152</sup> (op.cit., p.42; sublinhados nossos)

a terceira sobre o sentido mais vasto de um design total (fala de pratos e cadeiras como de pintura e escultura), i.e. um *design para a vida*:

*There is design in organization of emotional experiences, in family life, in labor relations, in city planning, in working together as civilized human beings. **Ultimately all problems of design merge into one great problem: 'design for life'.** In a healthy society this design for life will encourage every profession and vocation to play its part since the degree of relatedness in all their work gives to any civilization its quality. This implies that it is desirable that everyone should solve his special task with the wide scope of a true "designer" with the new urge to integrated relationships. It further implies that there is no hierarchy of the arts, painting photography, music, poetry, sculpture, architecture, nor of any other fields such as industrial design. They are equally valid departures toward the fusion of function and content in "design".*<sup>153</sup> (op.cit., p.42; sublinhados nossos)

---

152 O designer precisa de ver tanto a periferia como o centro, o imediato e o final, pelo menos no sentido biológico. Ele tem que ancorar o seu trabalho específico num todo complexo. O designer precisa de ser treinado não só no uso de materiais e capacidades variadas mas também na valorização de funções orgânicas e planeamento. O designer precisa de saber que o design é indivisível, que as características internas e externas de um prato, de uma cadeira, de uma mesa, de uma máquina, de uma pintura e de uma escultura não são para ser separadas. **A ideia do design e da profissão do designer tem que evoluir da noção de uma função de especialista para uma atitude genericamente válida de desenvoltura e criatividade, que permite olhar para os projectos não de forma isolada mas ligados à necessidade do indivíduo e da comunidade.** Não se pode isolar nenhum assunto da complexidade da vida e tentar lidar com ele como uma unidade independente. [T.L.]

153 Existe design na organização das experiências emocionais, na vida familiar, nas relações de trabalho, no planeamento das cidades, na capacidade de seres humanos civilizados trabalharem em conjunto. Ao fim e ao cabo, todos os problemas do design convergem num grande problema só: "design para a vida". Numa sociedade saudável este "design para a vida" motivará cada profissão e vocação a participar, uma vez que a ligação do trabalho de todos é o que garante qualidade a qualquer civilização. Isto torna desejável que todos levem a cabo a sua tarefa com a visão de um verdadeiro designer e de acordo com o novo impulso às relações integradas. Isto implica também que não haja uma hierarquia entre as artes, pintura, fotografia, música, poesia, escultura, arquitectura, nem de nenhum outro campo, como o design industrial. São todos pontos de partida igualmente válidos em direcção à fusão da função e do conteúdo em 'design'. [T.L.]

e, por fim, uma sobre as dificuldades de apreensão do design. Não deixa de ser significativo que, já em 1946, Moholy-Nagy lamenta essas dificuldades explicando como elas derivam da multiplicidade das suas manifestações, da vasta e muito diversa natureza dos seus produtos, de confinar tanta diversidade a uma única disciplina; e que, para agravar o problema, as histórias e teorias do design não se entendem sobre o *que é o design, como deve ser praticado e para que serve*:

*Confronted with the vast array of products in the contemporary world, an observer is justified in wondering whether there really is a discipline of design shared by all of those who conceive and plan such things as graphic communications, the physical objects produced by craft and machine, structured services and activities, and the integrated systems which range in scale from computers and other forms of technology to urban and humanly managed natural environments. The scope of design appears to be so great, and the range of styles and other qualities of individual products within even one category so diverse, that the prospects for identifying a common discipline seem dim. **To compound the problem, histories and theories of design are also exceptionally diverse, representing a wide range of beliefs about what design is, how it should be practiced, and for what purpose.***<sup>154</sup> (op.cit., p.42; sublinhados nossos)

Ao longo do tempo, a necessidade e as possibilidades de clarificação tornar-se-iam cada vez mais evidentes. Dessa demanda dá conta, criticamente, Gui Bonsiepe em *Teoria e Prática do Design*

---

<sup>154</sup> Confrontado com o vasto leque de produtos no mundo contemporâneo, justifica-se que um observador se interrogue sobre se há realmente uma disciplina de design partilhada por todos aqueles que concebem e planeiam coisas como comunicações gráficas, os objectos físicos produzidos por ofícios e máquinas, serviços e actividades estruturados, e os sistemas integrados que variam em escala, e vão desde os computadores e outras formas de tecnologia aos ambientes urbanos e aos ambientes naturais humanizados. O âmbito do design parece ser tão grande, e o leque de estilos e outras qualidades de produtos individuais em cada categoria tão diverso, que as perspectivas de identificar uma disciplina comum parecem escassas. **Para complicar o problema, as histórias e teorias do design são também muito diversas, representando um vasto leque de convicções sobre o que é o design, como deveria ser praticado, e para que propósito.** [T.L.]

*Industrial*, partindo da primeira definição oficial do ICSID (International Council of Societies of Industrial Design), datada de 1957, data do seu congresso fundador:

*O designer industrial é uma pessoa que é qualificada pela sua formação, o seu conhecimento técnico, a sua experiência e a sua sensibilidade visual, por forma a determinar os materiais, a estrutura, os mecanismos, a forma, o tratamento das superfícies e a roupagem (decoração) de produtos fabricados em série através de processos industriais. Segundo as circunstâncias, o designer industrial pode tratar um ou todos estes aspectos. Para além disso, pode tratar dos problemas de embalagem, da publicidade, das exposições e do marketing, pois que a solução destes problemas requerem não só um conhecimento técnico e uma experiência técnica mas também a capacidade de avaliação ('appreciation') visual.* (1992 [1975], pp.35-36)

As insuficiências desta definição são evidentes: ocupa-se, apenas, das competências do designer e não caracteriza o território disciplinar (inclusivamente denota um entendimento mais limitado do que a de Moholy-Nagy). E prossegue:

*A referência aos processos industriais e à produção em série assinala as fronteiras entre o design industrial e a arte aplicada e o artesanato. Menos clara, no entanto, é a marcação da zona de influência do designer industrial em relação aos factores que “determinam” um produto industrial. Esta pretensão encontrar-se-ia bem depressa perante a objecção de como poderia o designer industrial “determinar” a estrutura e os mecanismos de produtos complexos - por exemplo uma fresa duplicadora - quando não possui a mesma preparação de um engenheiro mecânico. Para além disso, também é confusa a passagem por áreas problemáticas que, se bem que afins, pertencem a outras disciplinas projectuais, entre as quais o design gráfico. Segundo a visão actual nota-se nesta definição a falta de uma referência ao ambiente, às necessidades, à sociedade e à inovação. A estética não é tratada explicitamente mas de uma forma mediática (“visual appreciation”) ou de “bom gosto”. (op.cit., p.36)*

Em 1969, seria aprovada uma nova definição (a terceira) baseada numa proposta de Tomás Maldonado de 1961. Esta nova definição procura, mais uma vez, tornar clara as diferenças entre a aparência exterior e um entendimento de interdependência entre forma e função:

*“O design industrial é uma actividade projectual que consiste em determinar as propriedades formais dos objectos produzidos industrialmente. Entende-se por propriedades formais não só as características exteriores mas também, e sobretudo, as relações funcionais e estruturais que tornam o objecto uma unidade coerente, quer do ponto de vista do produtor quer do do utente. Pois que, enquanto a preocupação exclusiva pelas características exteriores de um objecto esconde frequentemente o desejo de o fazer parecer mais atraente ou mascarar as suas fraquezas construtivas, as propriedades formais de um objecto - pelo menos como eu o entendo - são sempre o resultado da integração de diversos factores, sejam eles de tipo funcional, cultural, tecnológico ou económico. Por outras palavras, enquanto as características exteriores dizem respeito a qualquer coisa que aparenta ser uma realidade estranha, isto é, algo desligado do objecto e que não se desenvolveu conjuntamente com ele, **as propriedades formais, pelo contrário, constituem uma realidade que corresponde à sua organização interna, lhe é intimamente vinculada e conjuntamente desenvolvida.**”* (Maldonado citado em Bonsiepe, 1992 [1975], p.37;

sublinhados nossos)

O trabalho desenvolvido em Ulm no sentido de uma prática e de uma definição disciplinar do design terá sido certamente decisiva para a formulação da definição de Maldonado (que lá leccionou de 1954 a 1967 e foi reitor): a estruturação dos departamentos, a incorporação de novas disciplinas, a ligação a novas áreas do conhecimento e, finalmente, os propósitos claros quanto ao novo profissional que se pretendia formar, continham um entendimento científico do design e, por isso, distante da matriz *bauhausiana* (apesar dos muitos protagonistas que ligavam as duas escolas), herdada do ideal de reunificação das artes do *Arts*



*and Crafts*. Também talvez por isso, a definição de Maldonado é uma definição do design industrial, que era o centro do ensino em Ulm (onde, por exemplo, o departamento de arquitectura era um departamento de industrialização da construção, com pedagogia, propósitos e práticas, próximos dos pressupostos do design).

No capítulo “Definizione” de *Disegno Industriale: un riesame* (1991), o próprio Maldonado reflecte sobre a (sua) definição e a respectiva validade, começando por esclarecer o entendimento de “projectar” (ou *determinar as propriedades formais*) — não como algo exterior e anterior ao *processo constitutivo da forma*:

*C'è però una differenza fondamentale rispetto all'orientamento prima descritto: il disegno industriale non era inteso come un'attività progettuale che prende le mosse esclusivamente da un'idea aprioristica sul valore estetico (o estetico-funzionale) della forma, come un'attività progettuale le cui motivazioni si situano prima, e al di fuori, del processo costitutivo della forma stessa. Vi si proponeva, al contrario, un disegno industriale che deve svolgere il suo compito all'interno di questo processo (...)*<sup>155</sup> (1991, p.14-15)

mas sim como parte fundamental do processo, que deve integrar a fase constitutiva da forma, mas também todos aspectos envolvidos no uso, fruição ou consumo (hoje em dia acrescentar-se-ia explicitamente o pós-consumo):

*Secondo tale definizione, dunque, progettare la forma significa coordinare, integrare e articolare tutti quei fattori che, in un modo o nell'altro, partecipano al processo costitutivo della forma del prodotto e, più precisamente, si allude tanto ai fattori relativi all'uso, alla fruizione e al consumo individuale o sociale del pro-*

---

<sup>155</sup> Existe uma diferença fundamental [...]: o design industrial não era entendido como actividade projectiva, que começou exclusivamente com a ideia apriorística sobre o valor estético (ou estético-funcional) da forma ou como uma actividade projectiva cujas motivações se situam antes e fora do processo constitutivo da forma. Nela se propunha, pelo contrário, um design industrial orientado para o desempenho de uma tarefa no interior deste processo (...) (Maldonado, 1993, p.13)

*dotto (fattori tecnico-economici, tecnico-costruttivi, tecnico-sistemici, tecnico-produttivi e tecnico-distributivi).*

*La definizione, malgrado la sua genericità, e tuttora valida. Eppure dobbiamo aggiungere: è valida solo a patto di ammettere che l'attività di coordinare, integrare e articolare i diversi fattori è sempre fortemente condizionata dal modo in cui produzione e consumo di beni si esplicano in una data società. In altre parole, è necessario ammettere che il disegno industriale, contrariamente a ciò che avevano immaginato i suoi precursori, non è un'attività autonoma.*<sup>156</sup> (1991, p.15-16)

Estes e outros aspectos que Maldonado procura clarificar, bem como o necessário *aggiornamento* do conceito (à luz dos princípios da *gute Form*), seriam integrados na definição mais recente do ICSID (2002), que valerá a pena analisar. Por um lado, nos **propósitos** (“aim”) do design, fica claro que a definição não pretende ser apenas de design industrial, mas de uma concepção mais abrangente de design:

*Design is a creative activity whose aim is to establish the multifaceted qualities of objects, processes, services and their systems in whole life-cycles. Therefore, design is the central factor of innovative humanization of technologies and the crucial factor of cultural and economic exchange.*<sup>157</sup> (Icsid, [2002?])

---

156 [...] segundo esta definição, projectar a forma significa coordenar, integrar e articular todos aqueles factores que, de uma maneira ou de outra, participam no processo constitutivo da forma de um produto. E, mais precisamente, alude-se tanto aos factores relativos à utilização, à fruição e ao consumo individual ou social do produto (factores funcionais, simbólicos ou culturais) como aos que se relacionam com a sua produção (factores técnico-económicos, técnico-construtivos, técnico-sistémicos, técnico-produttivi e técnico-distributivos). § A definição, mau-grado o seu carácter genérico, continua válida até agora. No entanto, devemos acrescentar: é válida apenas na condição de se admitir que a actividade de coordenar, integrar e articular os diversos factores, está sempre fortemente condicionada pelo modo como a produção e o consumo de bens se manifestam numa determinada sociedade. Por outras palavras, é necessário admitir que o design industrial, contrariamente ao que haviam imaginado os seus precursores não é uma actividade autónoma. (Maldonado, 1993, p.14)

157 O design é uma actividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas dos objectos, processos, serviços e seus sistemas, em ciclos de vida completos. Consequentemente, o design é o factor central da inovadora humanização das tecnologias e o factor crucial de intercâmbio cultural e económico. [T.L.]

Por outro lado, ficam já ali evidentes as preocupações relacionadas com o ciclo de vida completo dos objectos (contemplando, assim, o pós-uso). Aliás, essa tónica sobre a responsabilidade ambiental fica expressa no início do excerto dedicado às *tarefas* (“tasks”) do design, que se centram sobre as questões éticas de natureza ambiental, social e cultural (esta respeitante à preservação das identidades locais num cenário de globalização). Só depois das tarefas éticas a observar, são mencionadas as que são do domínio específico da disciplina; o que reflecte um *ethos* escorado nos princípios de *good design*.

*Tasks. Design seeks to discover and assess structural, organizational, functional, expressive and economic relationships, with the task of:*

- *enhancing global sustainability and environmental protection (global ethics)*
- *giving benefits and freedom to the entire human community, individual and collective final users, producers and market protagonists (social ethics)*
- *supporting cultural diversity despite the globalization of the world (cultural ethics)*
- *giving products, services and systems, those forms that are expressive of (semi)ology and coherent with (aesthetics) their proper complexity.*<sup>158</sup> (Icsid, [2002?])

A descrição mais concreta dos âmbitos de intervenção torna claros dois aspectos: um entendimento mais lato do termo *industrial*, que passa a poder significar também *industrioso* (no sentido de “engenhoso” ou “laborioso”); e, como consequência desse

---

158 O Design procura descobrir e atingir relações estruturais, organizacionais, funcionais, expressivas e económicas com o propósito de: § - aumentar a sustentabilidade global e a protecção ambiental (ética global) § - oferecer benefícios e liberdade ao conjunto da comunidade humana, utilizadores finais, produtores e intervenientes no mercado, individual ou colectivamente (ética social) § - apoiar a diversidade cultural apesar da globalização do mundo (ética cultural) § - dar aos produtos, serviços e sistemas, formas que exprimam (semiologia) e sejam coerentes com (estética) a sua real complexidade. [T.L.]

significado, mas não só, ocorre a extensão da definição para as áreas do design de serviços, gráfico, interiores e arquitectura.

*Design concerns products, services and systems conceived with tools, organizations and logic introduced by industrialization – not just when produced by serial processes. The adjective "industrial" put to design must be related to the term industry or in its meaning of sector of production or in its ancient meaning of "industrious activity".*

*Thus, design is an activity involving a wide spectrum of professions in which products, services, graphics, interiors and architecture all take part. Together, these activities should further enhance – in a choral way with other related professions – the value of life.*<sup>159</sup> (Icsid, [2002?])

Assume-se assim um entendimento que transporta a amplitude do design genérico e intuitivo para o domínio da sua expressão profissional. *Tudo é design. Product design, graphic design, interiors design, fashion design, architectural design...*

#### 2.1.4. A questão das origens

*“When does History begin? It is tempting to reply ‘In the beginning’, but like many obvious answers, this soon turns out to be unhelpful. As a great Swiss historian once pointed out (...) history is the one subject where you cannot begin at the beginning.”*

J. M. Roberts, 2007, p.1

A definição das origens do design suscita tantas dúvidas quantas as da palavra ou da disciplina. O que está em causa quando

---

<sup>159</sup> Design diz respeito a produtos, serviços e sistemas concebidos com os instrumentos, organizações e lógica introduzidos pela industrialização — e não apenas quando produzidos em série. O adjetivo “industrial” aplicado a Design deve ser associado ao termo indústria, no seu sentido de sector de produção ou no seu significado antigo de “actividade industriosa”. Assim, o Design é uma actividade que envolve um vasto espectro de profissões de que, produtos, serviços, comunicação, interiores e arquitectura todos fazem parte. Juntas estas actividades devem melhorar - numa forma coordenada com outras actividades - o valor da vida. [T.L.]

falamos das origens de design é de *que design* estamos a falar. Se estamos a falar do design na perspectiva holística proposta por Simon ou Papanek, referindo-nos ao impulso primordial que determina o que é ser humano, as origens coincidem inevitavelmente com as origens desse Homem. E essas estão igualmente perdidas no caldo informe do Tempo.

*And initial problem in delving into the origins of the human capacity to design is the difficulty in determining exactly where and when human beings first began to change their environment to a significant degree.*<sup>160</sup> (Heskett, 2003, p.13)

Ou seja, aquela visão maximalista do design faz coincidir o nascimento do design com o nascimento do Homem: o primeiro acto consciente feito com a intenção de melhorar uma circunstância da existência é o primeiro acto humano; é expressão de intenção e de planeamento, é projecção — é design. Saber quando isso acontece, e *pelas mãos de quem*, é outro problema, do qual se ocupam outras disciplinas. Fazer ferramentas não é uma característica distintiva da nossa espécie, *Homo Sapiens*, que tem apenas duzentos mil anos, mas é uma das características definidoras do género *Homo*, e acompanhou a evolução (e extinção) de algumas das espécies que o integraram, como o *Homo habilis*, a mais antiga espécie conhecida deste grupo, que existiu durante um milhão de anos na África austral e que se extinguiu há 1,4 milhões de anos:

*It is to early members of the genus Homo (sometimes distinguished as Homo habilis), none the less, that we owe our first relics of tools. Tool-using is not confined to men, but the making of tools has long been thought of as a human characteristic. It is a*

---

<sup>160</sup> Um problema inicial para encontrar as origens da capacidade de design humana, é determinar exactamente onde e como os seres humanos começaram a modificar o seu ambiente de forma significativa. [T.L.]

*notable step in winning a livelihood from the environment. Tools found in Ethiopia are the oldest which we have (about two and a half million years old) and they consist of stones crudely fashioned by striking flakes off pebbles to give them an edge. The pebbles seem often to have been carried purposefully and perhaps selectively to the site where they were prepared. **Conscious creation of implements had begun.***<sup>161</sup> (Roberts, 2007, p.54; sublinhados nossos)

As mais velhas ferramentas conhecidas, encontradas no vale de Olduvai na Tanzânia, têm 2,6 milhões de anos pelo que antecedem os mais antigos vestígios do género *Homo*. Se nos ativermos ao conceito de Simon de que design é a transformação de *condições existentes* em *condições preferíveis*, e se pensarmos nessa transformação como algo não efémero, mas antes em acções que transformam decisivamente o ambiente e que nos transformam, situar-nos-emos muito mais perto de nós, há cerca doze mil anos, entre os vales do Tigre e do Eufrates e o vale do Nilo, no Crescente Fértil, quando a paisagem começou a ser modificada de forma sistemática e planeada em benefício da vida das comunidades humanas. Entre uma coisa e outra, outros marcos fundamentais (as primeiras representações da figura humana, há cerca de quarenta mil anos; os primeiros registos de signos, há setenta e sete mil; as primeiras expressões de identidade ou as primeiras sepulturas, há cem mil; etc.), outras tantas hipóteses e um vastíssimo e insondável mistério.

---

<sup>161</sup> É aos primeiros membros do género *Homo* (por vezes referido como *Homo habilis*), no entanto, que devemos os primeiros vestígios de instrumentos. O uso de instrumentos não se restringe ao Homem mas o seu fabrico há muito que se considera uma característica humana. Tratou-se de um passo notável na capacidade de conseguir sustento a partir do meio ambiente. Instrumentos encontrados na Etiópia são os mais antigos que existem (com cerca de dois milhões e meio de anos) e consistem em arrancar lascas de seixos para lhes dar uma forma pontiaguda. Os seixos parecem muitas vezes ter sido trazidos propositadamente e talvez selectivamente para o local onde eram preparados. **A criação consciente de ferramentas havia começado.** [T.L.]

Se, por outro lado, estamos a referir-nos ao design enquanto actividade ou disciplina autónoma e consciente da sua existência (o que pressupõe reconhecimento de fronteiras), damos um salto temporal de algumas centenas de milhares de anos e encontramos (de novo) perto de nós, algures no século passado ou no anterior. Esta indefinição, que não é uma discussão académica entre duas ou três datas próximas, como acontece com frequência com certos fenómenos, descobertas ou invenções, mas uma diferença fundamental, decorrente de entendimentos muito diferentes do que é o design, reflecte-se na historiografia e na teoria do Design, que tem que adoptar, a cada momento, um desses pontos de vista (por vezes mais do que um, na mesma obra). Ou, em alguns casos, omitir qualquer referência ao assunto.

*Serious discussions of design seldom omit some reference to the origins of the discipline. Such passages are perhaps regarded by the casual reader as ceremonial rather than substantive, but the treatment of this commonplace reveals a great deal about a writer's perspective on the nature of design [...] The origins of design are usually traced to one of only four beginnings. Some argue that design began in the twentieth century with the formation of new disciplines of design thinking. Others argue that design began in the early days of the Industrial Revolution with the transformation of the instruments of production and the social conditions of work. Still others argue that design began in the prehistoric period with the creation of images and objects by primitive human beings. And, finally, some argue that design began with the creation of the universe, the first act of God, who represents the ideal model of a creator which all human designers, knowingly or unknowingly, strive to imitate.*<sup>162</sup> (Buchanan, 1995, p.27)

---

<sup>162</sup> Discussões sérias sobre design omitem com frequência qualquer referência às origens da disciplina. Tais passagens talvez sejam lidas pelo leitor casual como circunstanciais mais do que substanciais, mas o tratamento dado a este lugar-comum revela muito sobre a perspectiva de um autor relativamente à natureza do design [...] Há um padrão surpreendente nas diversas propostas das origens do design[...] § As origens do Design são normalmente rela-

[continua]

Mais do que divergências, esta disparidade revela, a partir do ponto de vista adoptado, um posicionamento ideológico que pode ser circunstancial sobre o entendimento de design:

*Such wide disparity in a matter which on first consideration seems to admit only a single answer suggests, at once, that the issue at stake cannot be resolved by a simple appeal to facts or historical data. What is at stake is not fact, as such, but the principle which gives meaning to data and allows the assertion of factual claims: the principle by which facts are established and made pertinent to the practice, study, and experience of design. This is confirmed to the degree that whatever principle is selected by a writer, the data which are primary in other accounts of the origins of design are not excluded or ignored but merely given lower priority and different meaning [...] In short, the way a writer identifies the origins of design indicates a broad rhetorical perspective on the nature of design.*<sup>163</sup> (Buchanan, 1995, pp.27-28)

É exemplo desta convivência na mesma obra de mais do que um ponto de vista de um mesmo autor sobre a natureza do design o livro citado de Papanek, que concilia um violento ataque ao design (industrial) com o célebre prefácio — que abre com a frase *“There are professions more harmful than industrial design,*

---

cionadas com uma de apenas quatro origens. Alguns argumentam que o Design começou no século XX com a formação de novas disciplinas do pensamento em Design. Outros argumentam que o Design começou nos primeiros tempos da Revolução Industrial com a transformação dos instrumentos de produção e das condições sociais do trabalho. Outros ainda argumentam que o Design começou na era pré-histórica com a criação de imagens e objectos por seres humanos primitivos. E, finalmente, outros argumentam que o Design começou com a criação do universo, o primeiro acto de Deus, que representa o modelo ideal do criador que todos os designers humanos, consciente ou inconscientemente, se esforçam por imitar. [T.L.]

**163** Tão vasta disparidade numa matéria que, à primeira vista, parece apenas admitir uma única resposta, sugere imediatamente que o assunto em causa não pode ser resolvido com um simples apelo a factos ou dados históricos. O que está em causa não são os factos enquanto tal, mas os princípios que dão sentido aos dados e que permitem a asserção de afirmações factuais: o princípio pelo qual os factos são estabelecidos e tornados pertinentes para a prática, estudos e experiência do design. Isto é confirmado pelo facto de, qualquer que seja o princípio escolhido pelo autor, a informação que está contida nos outros pontos de vista das origens do design, não é excluída ou ignorada, mas é apenas objecto de uma menor prioridade e de um diferente sentido [...] Resumidamente, a forma como um autor identifica as origens do design revela uma ampla perspectiva retórica sobre o Design. [T.L.]



*but only very few of them*<sup>164</sup> (1985 [1971], p.ix), — com o poético início do primeiro capítulo que já anteriormente citámos (“*All men are designers...*”). Papanek não está, obviamente, a falar da mesma coisa nos dois momentos. O design que é referido no prefácio é o design do segundo pós-guerra, nascido do *Styling*, acriticamente ao serviço dos departamentos de *marketing* das grandes empresas industriais; o outro, é o design intuitivo, primordial, que tem as suas origens no dealbar da humanidade.

Também Heskett adopta dois pontos de vista distintos, em *Industrial Design* (1980) e em *Toothpicks and Logos* (2003). No primeiro caso, como veremos, toma como referência a industrialização, enquanto que no segundo começa por esse designer genérico, “natural” (as primeiras imagens do livro são de uma pedra de sílex, de um esquimó num caiaque e de um aborígene usando uma *woomera* para caçar).

Quanto à dimensão ante- e sobre-humana do design, de um design anterior a tudo o que é artificial, aparece pontual e implicitamente em textos que se referem a um “design do Universo” ou em muitas obras, que propondo metodologias biónicas ou biomiméticas (e Papanek, mais uma vez, é um dos autores que o faz), sublinham as virtudes do design na Natureza.



*Como de costume, há sempre um grego para começar.*

*Aqui serve o Anaxágoras, que achava que no Mundo há um bocadinho de todas as coisas em cada coisa. Tudo é feito ou composto de “sementes” de coisas, dizia o grego, desde o infinitamente pequeno até ao infinitamente grande.*

*Mas o que é que organiza as “sementes” e as combina para formar as várias coisas do Mundo? É a inteligência motora e criadora, o “nôus”.*

*Assim é que o grego pensava.*

---

<sup>164</sup> Há profissões mais perniciosas do que o design industrial, mas são muito poucas. [T.L.]

*Nós sabemos mais, já. E em vez de “nôus” dizemos “DESIGN”.*

(Silva, 2009 [1982], p.216)

Se nos centrarmos na historiografia do design, há certamente uma diferença operativa entre as origens desse design *inato*, o design-actividade e o design-disciplina. A história do primeiro é normalmente feita no seio das histórias da tecnologia (como as de Trevor I. Williams (2003)) ou até em histórias universais (como a de J. M. Roberts (2007)), na antropologia, na etnologia, etc. Quanto ao design-actividade — aquele que é preferencialmente o objecto de estudo da historiografia do Design — os seus inícios são normalmente associados aos primórdios da industrialização. Historiadores como Lewis Mumford (1895-1990), em *Technics and Civilization* (1963 [1934]) ou Siegfried Giedion (1888-1968), em *Mechanization Takes Command* (1948), fazem uma história da tecnologia, que também é uma história do design, centrada naquele período mas, inevitavelmente, começando por referir a história que a precede (Mumford dedica-lhe um extenso capítulo a que chama “Cultural preparation” (1963 [1934], pp.9-59)). Mas a dificuldade de definir limites num tema como a história da tecnologia é óbvia, e essas dificuldades, porque são as mesmas, podem ser transpostas para a história do design:

*How far a type needs be followed back into its history varies with the case. [...] Dates are the historian’s yardstick. They enable him to measure off historical space. In themselves when pinned to isolated facts, they are as meaningless as the numbers on a ticket. But conceived in interrelation, that is vertically and horizontally connected within the network of historical objects, they delimit constellations. In such cases dates take on meaning.*



*Dates marking when and where phenomena first appear or have become commonplace in various spheres, form complexes that give object insight into growth.*<sup>165</sup> (Giedion, 1948, pp.10-11)

Porém, mesmo esses acontecimentos não são incontroversos ou facilmente delimitáveis, como veremos.

Nalgumas obras fundamentais da historiografia e teoria do Design, verificamos que a maioria opta pela *hipótese industrial*, tomando como referência para as origens do design — da História do Design —, o século XVIII.

Começando pela obra seminal de Nikolaus Pevsner (1902-1983), *Pioneers of the Modern Design: from William Morris to Walter Gropius* (1991 [1936]), e apesar da baliza inicial do subtítulo apontar para a segunda metade do século XIX, são incontornáveis alguns antecedentes da Revolução Industrial que são, por isso, abordados no segundo capítulo.

Em *Introdução ao Desenho Industrial*<sup>166</sup> (1990 [1963]), Gillo Dorfles (1910-), afirma taxativamente:

*Como várias vezes tive ocasião de observar, devemos fazer coincidir o início do desenho industrial com o advento da máquina na produção de objectos projectados pelo homem. Não é possível falar de desenho industrial fazendo referência a épocas precedentes à revolução industrial [...] portanto é nos alvares do século passado, que devemos situar o início dos primeiros objectos produzidos industrialmente* (Dorfles, 1990 [1963], p.15)

---

<sup>165</sup> Até que ponto um tipo necessita ser seguido para trás na sua história varia de acordo com o caso. [...] As datas são o metro do historiador. Elas permitem-lhe medir o espaço histórico. Em si mesmas, quando presas a factos isoladas, elas são desprovidas de sentido como números num bilhete. Mas concebidas de modo interligado, ou seja, vertical e horizontalmente ligadas dentro da rede de objectos históricos, elas delimitam constelações. Nesses casos as datas assumem significados. § Datas marcando quando e onde fenómenos aparecem pela primeira vez ou que se tornaram comuns em várias esferas formam complexos que dão ao objeto uma visão do crescimento. [T.L.]

<sup>166</sup> Tradução portuguesa da obra *Introduzione al Disegno Industriale* de 1963.

Sendo o “século passado” a que Dorfles se refere o século XIX, e recuando ele, logo depois, ao século XVIII, aos primeiros empreendedores ingleses, à primeira aplicação industrial da máquina a vapor (na indústria de Thomas Boulton), às primeiras construções de ferro, situamo-nos entre o segundo quartel e o início da penúltima década do século XVIII.

No capítulo “I presupposti storici del disegno industriale” de *Disegno Industriale: un riesame* (1991), Tomás Maldonado, vai mais atrás, ao século XVII, à ascensão da ciência, às utopias científicas e técnicas, às primeiras descrições de máquinas na literatura, à mudança de atitude face à máquina, à divisão do trabalho, etc.

*Ma ciò che ha mutato il modo di vedere e di interpretare l'universo degli oggetti è stata la scoperta del carattere sistémico del rapporto bisogno-lavoro-consumo [...] si accorge che i manufatti meccanici non sono, come si era creduto a volte, un'irruzione storica arbitraria, ma il restato di un complesso tessuto di interazioni socio-economiche.*<sup>167</sup> (Maldonado, 1991, pp.22-23)

Se atentarmos em algumas das obras mais relevantes da historiografia do design das últimas três décadas<sup>168</sup>, é assim com a *Storia del Disegno Industriale* dirigida por Enrico Castelnuovo (1989), a mais extensa já editada e cujo primeiro volume abrange o período de 1750 a 1850 (os restantes dois tratando dos períodos 1851-

---

<sup>167</sup> Mas o que modificou o modo de ver e de interpretar o universo dos objectos técnicos foi a descoberta do carácter sistémico da relação necessidade-trabalho-consumo [...] Apercebem-se que os manufactos mecânicos não são, como por vezes se tinha julgado, uma irrupção histórica arbitraria, mas sim o resultado de um complexo tecido de interações socioeconómicas. (Maldonado, 1999, p.25)

<sup>168</sup> Referimo-nos aqui às obras que se classificam como *histórias do design*, e não incluímos, naturalmente, aquelas que se dedicam a períodos, estilos ou geografias parcelares, ou as monografias sobre áreas específicas do design (design de moda, design gráfico, design de automóveis, etc.) Não pretendemos, assim, fazer uma revisão exaustiva da historiografia, mas apenas ilustrar a diversidade de pontos de vista a partir de algumas das obras mais representativas.

1919 e 1919-1990). A *History of Modern Design* de David Raizman (2003) estabelece 1700 como marco inicial. Na introdução, em “What makes design modern?”, expõe as condições e as circunstâncias históricas anteriores àquele período:

*the Age of Exploration, from the journeys of Columbus and other adventures at the close of the fifteenth century to the voyages of Captains James Cook in the eighteenth century, created the basis for a cross-cultural fertilization that also forms an integral part of history of modern design. Awareness of new processes such as the manufacture of porcelain and laquer in Europe during the eighteenth century, of products like woven silk and cotton, of pastimes like tea-drinking, all profoundly affected the history of design through trade, competition, and travel, stimulating innovation, marketing, and unprecedented commercial expansion on a new global scale.*<sup>169</sup> (Raizman, 2003, p.11)



E depois, no início do primeiro capítulo:

*At the beginning of the eighteenth century parallel revolutions in methods of production and patterns of consumption profoundly affected the history of manufactured products in Europe and North America. As an elastic growth in consumer demand stretched across geographically and social boundaries, widespread changes in the organisation of labor and the technology of manufacturing occurred. New materials and processes were developed, greater productivity achieved and the confidence in the attainment of material comfort emerged, linked to the desire for social mobility and individual fulfillment. This dynamic, interdependent relation between production and consumption, involving new technologies, marketing, communications, and commercial prac-*

---

**169** A época dos descobrimentos, desde as viagens de Colombo e outras aventuras do final do séc. XV até às viagens do Capitão James Cook no séc. XVIII, criou as bases para a fertilização cultural cruzada que também constitui uma parte integrante do design moderno. O surgimento na Europa, durante o século XVIII, de novos processos como o fabrico de porcelanas e lacados, de produtos como tecidos de seda e algodão, de passatempos como tomar chá, influenciou a história do design por via das trocas, concorrência e viagens, estimulando a inovação, o marketing, e uma expansão do comércio a uma escala global sem precedentes. [T.L.]

*tices provides the basis for the study of modern design.*<sup>170</sup> (op.cit., p.16)

Em *Design, Miroir du Siècle*, Jocelyn de Noblet (1993) adopta uma data posterior — 1851, data da realização da Grande Exposição de Londres — como baliza inicial, embora no caso concreto não se esteja a falar de uma obra pensada para ser uma história do Design, mas um complemento da exposição realizada no *Grand Palais*, em Paris, em 1993, e, por isso, reflectindo as escolhas do comissariado.

Em *Objects of Desire* de Adrian Forty (1995) com subtítulo *Design and society since 1750*, o autor aborda as indefinições que rodeiam o design, sob uma perspectiva que responsabiliza a historiografia e a teoria:

*Nearly every object we use, most of the clothes we wear and many of the things we eat have been designed. Since design seems to be so much a part of everyday life, we are justified in asking exactly what it is, what it does, and how it came to existence. In spite of all that has been written on the subject, it is not easy to find the answers to these apparently simple questions. Most of the literature from last fifty years would have us suppose that the main function of design is to make things beautiful. A few studies suggest that it is a special method of solving problems, but only occasionally has design been shown to have something to do with profit, and even more rarely has it been seen as being concerned with the transmission of ideas [...] the study of design and its history has suffered from a form of cultural lobotomy which has left*



<sup>170</sup> No início do século XVIII, revoluções paralelas nos métodos de produção e nos padrões de consumo afectaram a história da indústria na Europa e América do Norte. Uma vez que o crescimento elástico da procura se alargou a novas fronteiras geográficas e sociais, ocorreram mudanças generalizadas na organização do trabalho e da tecnologia. Apareceram novos materiais e processos, obtiveram-se maiores índices de produtividade e surgiu a confiança na obtenção de conforto material, associada ao desejo de mobilidade social e realização individual. Esta relação dinâmica e interdependente entre produção e consumo, envolvendo novas tecnologias, marketing, comunicação e práticas comerciais, constitui as bases do design moderno. [T.L.]

*design connected only to the eye, and severed its connections to the brain and to the pocket.*<sup>171</sup> (Forty, 1995, p.6)

Sendo uma obra que contorna a concepção de história assente em nomes, foca-se nos factores económicos e sociais que levam os objectos a sofrer transformações e nas implicações sociais de tais mudanças:

*History, as I use it here, is concerned with explanation for change, and the subject of this book is therefore the causes of change in the design of industrially-made goods.*<sup>172</sup> (op.cit., p.7)

A história de John Heskett (1980) também é menos uma história de protagonistas do que de mudanças, centrando-se sobretudo nas transformações tecnológicas e, por conseguinte, na industrialização:

*In the last two centuries, human power to control and shape the surroundings we inhabit has been continuously augmented, to the extent that it has become the truism to speak of a man-made world. The instrument of this transformation has been the mechanized industry, and from its workshops and factories a swelling flood of artefacts and mechanism is poured out to satisfy the needs and desires of an ever greater proportion of the world's population. The change has not only been quantitative, but has also radically altered the qualitative nature of the life we live, or aspire to live.*

---

171 Quase todos os objectos que utilizamos, a maior parte das roupas que usamos e muitas das coisas que comemos foram desenhadas. Uma vez que o design parece estar tão presente na vida quotidiana, temos razões para perguntar o que é afinal o design, o que é que faz e como é que apareceu. Apesar de tudo o que tem sido escrito acerca deste tema, não é fácil encontrar soluções para estas questões aparentemente simples. A maior parte da literatura dos últimos cinquenta anos levar-nos-ia a pensar que a principal função do design é tornar as coisas bonitas. Alguns estudos sugerem que se trata de um método especial de resolver problemas, mas só pontualmente se tem falado do design como tendo alguma ligação com o lucro e ainda mais raramente se relaciona o design com a transmissão de ideias [...] o estudo do design e a sua história têm sofrido de uma forma de lobotomia cultural que apenas o relaciona com os olhos, cortando as suas ligações com o cérebro e com o bolso. [T.L.]

172 A História, como a uso aqui, ocupa-se da explicação da mudança e o tema deste livro é, portanto, as causas de mudança no design de bens produzidos industrialmente. [T.L.]

*In the history of industrial design the twin teams of continuity and change constantly recur in different guises, and at times pronounced tensions have been created by their conflicting demands. These tensions have been reinforced by the nature of the historical evolution of industrial design. Although its roots lie in the craft tradition, the patterns of its emergence has not being simply a linear solution from handwork to mechanical production, but rather a constant diversification, encompassing a broadening range of new factors and influences. A clear thread off development is discernible, however, in that design, the conception of visual form, has become progressively separated from the act of making.*(op.cit., p.7) <sup>173</sup>

Bernhard E. Bürdek (1947-) — que embora não sendo um historiador de design costuma ser citado nos programas de cursos de Design (de produto) —, no título *História, teoria e prática do design de produtos* (2006) faz uma breve introdução à história do design, centrada nos séculos XVIII e XIX:

*A origem de produtos configurados com função otimizada pode ser encontrada até nos tempos ancestrais. [...] Ao mesmo tempo, só podemos falar, desde a idade da revolução industrial na metade do século 19, do design industrial em seu sentido atual. Ele começa com o fato de que a divisão de trabalho separa o projeto da manufatura, o que até ali era feito pela mesma pessoa.*  
(op.cit., pp.17-19)

Para depois se centrar na Bauhaus e na HfG de Ulm (quando o design de facto começa).

---

<sup>173</sup> Nos últimos dois séculos, o poder humano de controlar e moldar o ambiente em que vivemos tem sido continuamente ampliado, em tal medida que se tornou um truismo falar de um mundo artificial. O instrumento dessa transformação foi a indústria mecanizada, e das suas oficinas e fábricas uma inundação de artefactos e mecanismo é derramada para satisfazer as necessidades e desejos de uma proporção cada vez maior da população do mundo. A mudança foi não só quantitativa, mas também alterou radicalmente a natureza qualitativa da vida que vivemos, ou aspiramos a viver. § Na história do design industrial os campos dicotómicos da continuidade e mudança ocorrem repetidamente sob diversas formas, e, por vezes, tensões significativas foram criadas pelas suas exigências contraditórias. Essas tensões foram reforçadas pela natureza da evolução histórica do design industrial [...] Uma linha clara de desenvolvimento é discernível, no entanto, em que o design, a concepção de forma visual, se tornou progressivamente separada do acto de fazer. [T.L.]



Renato de Fusco (1929-) introduz uma variante neste critério que, de um modo geral, é razoavelmente consensual. Essa variante não tem a ver com a divergência de fundo quanto a tomar as transformações nos processos produtivos como “momento” inaugural, mas antes uma divergência sobre onde situar, de facto, o início dessa transformação. Para De Fusco, esse momento é claramente anterior e relaciona-se com o desenvolvimento da imprensa por Johannes Gutenberg (1395-1468). Por essa razão, o primeiro capítulo da sua *Storia del Design* (2003 [1985]) chama-se “La stampa come Design”, e nele se afirma:

*[...] nel tentativo di individuare dei precedenti dell'industrial design potremo risalire ai tempi più antichi, nei quali sono riconoscibili i segni di una industria primitiva, fino alle più sofisticate lavorazione dei secoli XV, XVI, XVII, in cui, oltre a macchinari più perfezionati, sono già presenti manifatture ad alta specializzazione che anticipano la moderna divisione del lavoro e persino il intento che anima le attuali linee di montaggio.*

*D'altra parte è opinione diffusa che “non è possibile discutere di disegno industriale riferendosi ad epoche precedenti la rivoluzione industriale, anche se sin dall'antichità si sono dati alcuni oggetti eseguiti in serie con il parziale intervento di macchinari primitivi come il tornio, il trapanano, la ruota dei vasai e le prese a mano delle fornaci dei laterizi”.*

*Se questo è vero, cioè la rivoluzione industriale, convenzionalmente databili al periodo che va dal 1760 al 1830, segna il maggiore “spartiacque” tra la produzione artigianale e quella industriale [...], almeno un settore, quello della stampa, anticipa di oltre tre secoli tale rivoluzione e comunque può considerarsi a tutti gli effetti un'attività classificabili nel dominio del design.<sup>174</sup>*

(De Fusco, 2003 [1985], p. 1)

---

174 [...] na tentativa de isolar os precedentes do design industrial, poderemos recuar a tempos mais antigos, nos quais são reconhecíveis sinais de uma indústria primitiva, até às mais sofisticadas produções dos séculos, XV, XVI e XVII, em que máquinas mais aperfeiçoadas já estão presentes em manufacturas de alta especialização que antecipam a moderna divisão do trabalho e perseguem o intento que anima as actuais linhas de montagem. § Por outro lado é opinião corrente que “não é possível discutir o Design Industrial referindo-se a épocas precedentes à revolução industrial, mesmo se desde a antiguidade se encontram alguns ob-

[continua]

Segundo De Fusco, há na imprensa todos os elementos que ele entende serem necessários, não só para que se possa falar de indústria, mas para que se possa dizer que há design (De Fusco define um conjunto de condições necessárias para que se possa falar de design — projecto, produção, venda e consumo — e, segundo ele, todos esses aspectos estão presentes na imprensa):

*Com'è stato osservato la stampa "ha costituito l'atto di nascita dell'industria, dal momento che la meccanizzazione dell'arte sistema di scrivere è stata probabilmente la prima riduzione di un lavoro in termini meccanici"; inoltre sin dalla sua nascita "la stampa comportò una rivoluzione nella concezione stessa della produzione. Con la stampa appare la nozione di moltiplicazione per mezzo di serie identiche di un stesso oggetto e uniforme e ripetibile. Il foglio stampato prodotto in innumerevoli esemplari e l'invenzione di una macchina utensile in cui la mano dell'uomo è assente hanno effettivamente trasformato l'idea stessa di produzione".*

*Ma la migliore esposizione della nostra tesi si ottiene considerando la stampa in relazione al paradigma che abbiamo posto come invariante delle fenomenologia del design: il progetto, la produzione, la vendita e il consumo.*<sup>175</sup> (De Fusco, 2003 [1985], p.1)

---

*jectos executados em série e com a intervenção parcial de máquinas primitivas como o torno, a roda de oleiro, ou as prensas manuais dos para fazer tijolos. § Se isto é verdade, isto é, se a revolução industrial, convencionalmente datada no período que vai de 1760 e 1830, assinala a maior "separação de águas" entre a produção artesanal e a industrial [...], pelo menos um sector, o da imprensa, antecipa em cerca de três séculos tal revolução e, ainda assim, pode considerar-se, para todos os efeitos, como uma actividade classificável no domínio do design. [T.L.]*

- 175** Como observámos, a imprensa "constituiu o acto de nascimento da indústria, a partir do momento em que a mecanização da arte de escrever foi, provavelmente, a primeira simplificação de um trabalho por meios mecânicos"; porém, desde o seu nascimento, "a imprensa comportou uma revolução na concepção da própria produção. Com a imprensa aparece a noção de multiplicação por meio de séries idênticas de um mesmo objecto uniforme e repetível. O papel impresso produzido em inúmeros exemplares e a invenção de uma máquina-ferramenta em que a mão do homem assenta, transformaram a própria ideia de produção". § Mas a melhor demonstração da nossa tese obtém-se considerando a imprensa em relação com o paradigma que definimos como invariante da fenomenologia do Design: o projecto, a produção, a venda e o consumo. [T.L.]

Aceitar como correcta a hipótese de De Fusco implica, como o próprio afirma, admitir que, ou houve um acto isolado de design ainda na primeira metade do século XV, ou que, não tendo sido esse um acto isolado, a indústria começou de facto três séculos mais cedo (subsistindo, nesse caso — ou em qualquer caso — o mistério de perceber por que razão demorou tanto tempo a transposição do conceito de (re)produção em série usado para fazer livros para outras áreas da produção de objectos):

*Una volta riconosciuto che la stampa è a tutti gli effetti da classificarsi nell'ambito del design, o essa va riconosciuta come un fenomeno di disegno industriale ante litteram, tanto isolato quanto importante, oppure, ammettendo che una prima e compiuta forma di design (magari non isolata) sia sorta in pieno Rinascimento, si è tentati di rivedere l'intera periodizzazione della storia dell'industria, del riconoscere che progetti, macchinari, imprese, scambi ed attività commerciali di vario tipo si siano affermati qualche secolo prima della rivoluzione industriale, abbiamo preceduto la macchina a vapore di Watt emblema dell'industriosa Inghilterra del periodo 1760-1830.*<sup>176</sup> (De Fusco, 2003 [1985], p.15)

Inevitavelmente, no capítulo seguinte, dedicado à Revolução Industrial, De Fusco “retoma” a cronologia convencional e adota as balizas 1760-1830 (para a primeira revolução industrial). Na única história do design de âmbito global escrita em língua portuguesa, *Uma Introdução à História do Design*, Rafael Cardoso (2004), não é definida explicitamente nenhuma data para início do estudo. O autor (que no prefácio à 3ª edição assume clara-

---

<sup>176</sup> *Uma vez reconhecido que a imprensa deve, para todos os efeitos, classificar-se no âmbito do Design, ou é reconhecida como um fenómeno de design industrial 'ante litteram', tão isolado como importante ou, pelo contrário, admitindo que uma primeira e completa forma de design (talvez não isolada) tenha aparecido em pleno Renascimento, é-se tentado a rever toda a periodização da história da indústria, a reconhecer que projectos, máquinas, empresas, câmbios, e actividades comerciais de vária ordem se tenham afirmado alguns séculos antes da revolução industrial, tendo antecedido a máquina a vapor de Watt, emblema da industriosa Inglaterra no período de 1760-1830.* [T.L.]

mente o posicionamento etnocêntrico, brasileiro, da obra (op.cit., p.XII)) estabelece um limite cronológico posterior para “*reduzir ao mínimo absoluto a menção de nomes que se tenham destacado após a década de 1970*” e assim evitar ter que “*julgar o mérito do trabalho de profissionais ainda ativos, correndo o risco de excluir pessoas por ignorância ou de inclui-las por motivos puramente pessoais*” (op.cit., p.XIII), mas não o faz tão claramente para o limite inicial. Na “Introdução” retoma o argumento De Fusco:

*“Não se pode fugir, em um livro como este, da tarefa pouco grata de delimitar parâmetros para o objecto de estudo. [...] A principal dificuldade para a aplicação do modelo tradicional que define o design, como a ‘a elaboração de projectos para a produção em série de objetos por meios mecânicos’, reside no fato de que a transição para este tipo de fabricação não ocorreu de forma simples ou uniforme [...] Diferentes tipos de artefatos e diferentes regiões geográficas passaram por esse processo em momentos muito díspares [...] O momento exacto da inserção de meios mecânicos no processo produtivo é discutível, mas certamente já fazem parte da equação ao tratar-se de imprensa com tipos móveis, inovação introduzida na Europa no século 15.”* (Cardoso, pp.20-21)

Após este primeiro capítulo introdutório, o segundo intitula-se “Industrialização e organização industrial, séculos 18 e 19” e é aí que, de facto, começa a história de Cardoso que, depois, em “Primórdios da organização industrial” recua ao século XVII e às primeiras manufacturas reais, sendo 1667, ano da fundação da fábrica de *Gobelins*, a primeira data referida.

Interessará ainda mencionar a *Historia del Diseño Industrial* de Rosalía Torrent e Joan M. Marín (2005) que começa por afirmar peremptoriamente a origem mais distante:

*[...] que el diseño nasce al mismo tiempo que el ser humano, puesto que desde que este comienza a elaborar los primeros instrumentos, desde un utensilio de cocina a uno de caza, ha prestado a tales objetos una configuración especial, una forma determinada que sirve a su función específica, pero que además es*

*ele resultado de una opción personal del individuo que los ha construido*<sup>177</sup> (2005, p.13)

Recentemente foi publicada uma ambiciosa história do design, dirigida por Pat Kirkham e Susan Weber (2013). É, de todas, aquela que começa mais cedo e é também a mais abrangente do ponto de vista da multiplicidade cultural, indo muito para lá do olhar habitualmente centrado na Europa e nos Estados Unidos (com pontuais incursões no Japão). Esta é uma obra, porém, que para além da abrangência geográfica, não se cinge à industrialização como o próprio título indicia: *History of Design, Decorative Arts and Material Culture, 1400-2000*. Ao fazê-lo, outras possibilidades se abrem e outros critérios têm que ser adoptados. Assim, acaba por ser (mais) uma história das artes decorativas, o que permite recuar o arco do estudo sem ter de o justificar.

Parte substancial das contradições assinaladas tem a ver com o facto de muitas vezes quando se está a falar de design, se falar de design industrial. E as origens de um e de outro são claramente distintas (ou, pelo menos, a do design industrial é mais consensual porque é historicamente mais simples de delimitar):

*La palabra “diseño”, o dar forma a los objetos de uso, cambia su sentido cuando le añadimos el apellido de “industrial”. De diseño industrial solo podemos hablar a partir de una época bien determinada: la que vive el proceso de industrialización e mecanización, pues el objeto de diseño industrial es aquel que se obtiene,*

---

177 [...] *que o design nasce ao mesmo tempo que o ser humano, pois desde que este começa a elaborar os primeiros instrumentos, de um utensílio de cozinha ou um de caça, deu a tais objectos uma configuração especial, uma forma determinada que serve a sua função específica, mas que para além do mais é o resultado de opção pessoal do indivíduo que os construiu.* [T.L.]

*exclusivamente, merced la intervención de la máquina.*<sup>178</sup> (Torrent et al., 2005, p.13)

No entanto, Andrea Branzi (1938-), na sua *Introduzione al design italiano* (1999), reflectindo sobre as particularidades do projecto de modernidade em Itália, desvaloriza a importância da industrialização:

*Alcuni teorici sostengono che l'avvento della Rivoluzione industriale e della modernità ha interrotto i legami di continuità che caratterizzavano le vicende artistiche nei vari paesi fino al XIX secolo. Secondo questa ipotesi l'industrial design come disciplina nuova, nata nell'alveo dell'industrializzazione moderna, non potrebbe essere indagata con i criteri applicabili alla precedente storia del pensiero estetico.*<sup>179</sup> (op.cit., p.8)

Neste texto, Branzi considera que a industrialização, tal como o projecto (incompleto) de modernidade, não é mais do que uma das muitas “descontinuidades” que ocorreram na história:

*La discontinuità dunque fa parte della storia; ed è un fenomeno ricorrente, che non interrompe la sua continuità più profonda. L'Italia, più di altri paesi, ha affrontato questi passaggi manovrando secondo una propria particolare attitudine; al punto che la faglia moderna si è collocata dentro una vasta catena di lacerazioni precedenti, che nel loro insieme, paradossalmente, costituiscono una specifica e riconoscibile continuità culturale [...].*<sup>180</sup> (op.cit., p.8)

---

**178** A palavra “design”, ou dar forma aos objectos de uso, muda o seu sentido quando lhe juntamos o apelido “industrial”. De design industrial só podemos falar a partir de uma época bem determinada: a que vive o processo de industrialização e mecanização, pois o objecto de design industrial é aquele que se obtém, exclusivamente, mercê da intervenção da máquina. [T.L.]

**179** Alguns teóricos afirmam que o advento da Revolução industrial e da modernidade rompeu os laços de continuidade que caracterizaram os eventos artísticos em vários países até ao século XIX. De acordo com esta hipótese, o design industrial como uma nova disciplina nascida no leito da industrialização moderna não poderia ser investigada com os critérios aplicáveis à história anterior do pensamento estético. [T.L.]

**180** A descontinuidade faz parte da história, é um fenómeno recorrente, que não interrompe a sua continuidade mais profunda. A Itália, mais do que outros países, enfrentou estas mudanças segundo uma atitude muito própria; a ruptura moderna encaixa-se numa cadeia de  
[continua]

De acordo com o exposto, a “sua” história do design (italiano) começa na época romana, sondando recorrências até ao fim do século XX (já que o seu trabalho, não por acaso, data de 1999), sem atribuir ênfase ao advento da industrialização, buscando elos de continuidade não obstante as alterações nos modos de produção:

*Le tecnologie industriali non hanno infatti costituito una rifondazione storica definitiva. Troppi malintesi hanno accompagnato la nascita dei prodotti di serie e le trasformazioni dell'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. A ben guardare è stato l'artigianato antico a svilupparsi per venticinque secoli sulla ripetizione costante, seriale e codificata, di archetipi formali. L'industria moderna ha introdotto invece l'idea dell'innovazione, della variante, della provvisorietà, attivando una costante ricerca di novità merceologiche. Ciò significa che molti canali che collegano l'antico con il moderno sono ancora in funzione, e non sono costruiti dai cambiamenti tecnologici.*<sup>181</sup> (op.cit., p.16)

As implicações historiográficas que resultam da (in)definição terminológica são óbvias. Inversamente, determinadas opções historiográficas têm consequências retóricas evidentes acerca do entendimento que a cada momento se tem sobre a terminologia.

---

lacerações anteriores, as quais, no seu conjunto, constituem, paradoxalmente, uma continuidade cultural específica e reconhecível. [T.L.].

**181** As tecnologias industriais não constituíram uma refundação histórica definitiva. O aparecimento de produtos de série e as transformações na obra de arte na época da sua reprodutibilidade estética têm sido acompanhados de demasiados equívocos. Em bom rigor, o artesanato antigo tem florescido ao longo de vinte e cinco séculos, repetindo arquétipos formais de modo seriado e codificado. Em contrapartida, a indústria moderna introduziu a ideia de inovação, de variação, de temporalidade, accionando a busca incessante pela novidade. Isso significa que muitos canais que ligam o antigo ao novo ainda estão activos e não foram obstruídos pelas alterações tecnológicas. [T.L.]

Kjetil Fallan (2010) levantou a questão com eloquência, embora de modo inconcludente quanto à definição do conceito de design:

*What is this thing called design? In other words, what is design history the history of? This used to be a fairly simple question. Design history was conventionally considered the history of designed objects of high (aesthetic) quality and the designers, ideas, movements and institutions that conceived those objects. Such topics continue to be studied in design history today, but the subject matter of the discipline at large has become much more complex and multifarious for several internal reasons. First, design history has matured considerably as an academic field, a process characterized, for example by an increased interest in an array of material beyond the gourmet objects once considered core concerns and by a heightened attention to such issues as consumption, mediation and use. Perhaps design history today is better described as the history of design culture, a history that encompasses a wide gamut of practices and phenomena.*<sup>182</sup> (Fallan, 2010, p.ix)

A síntese de Buchanan está, então, globalmente correcta. Embora a hipótese que ocorre mais vezes seja a *hipótese industrial* (com todas as variações de datação possíveis), o entendimento de um design ancestral coexiste frequentemente com este, mesmo se apenas subentendido. A hipótese de um design demiúrgico raramente é explícita, a não ser nos casos que referimos que invocam um design supra-humano ou não-humano (por exem-



<sup>182</sup> O que é essa coisa chamada design? Por outras palavras, o que é a história do design a história de quê? Esta costumava ser uma questão bastante simples. A história do design era a história de objectos concebidos com elevada qualidade (estética) e dos designers, ideias, movimentos e instituições que concebiam esses objectos. Estes temas continuam a ser estudados na história do design de hoje, mas o objecto da disciplina tornou-se muito mais complexo e multifacetado por várias razões internas. Em primeiro lugar, a história do design amadureceu consideravelmente como campo disciplinar, um processo que se caracterizou pelo interesse crescente por diversas questões, muito para além dos objectos gourmet, que antes faziam parte das preocupações centrais, interessando-se por questões como o consumo, a mediação e o uso. Provavelmente, a história do design que se pratica nos dias de hoje é mais uma história da cultura, que abarca uma gama ampla de práticas e de fenómenos. . [T.L.]



plo, as leis da matemática observadas na Natureza e reguladoras da composição em múltiplas manifestações artísticas, ou as inspirações formais mais directas que o homem sempre retirou da botânica ou da biologia para a construção dos seus próprios artefactos. A hipótese que coloca as origens já em meados do século XX, por se cingir a um entendimento muito mais estritamente disciplinar (confinado ao aparecimento das disciplinas do *design thinking*) não ocorre, como ponto de partida, na historiografia geral da disciplina, mas apenas em estudos parcelares.

## 2.2. FAMA / equívocos

A fama do design é, de algum modo, o fulcro do nosso trabalho. O elemento em torno do qual gravitam os vários aspectos do problema, e *corpo* que os atrai e que não cessa de ganhar massa. É a *fama* que se interpõe entre a *forma* e a *função* do design. É a (má) fama, de que já falámos no final da primeira parte, que tolhe decisivamente o papel que o design poderia ter. Essa fama manifesta-se essencialmente por uma incompreensão generalizada sobre a natureza e propósitos do design (para não falar dos processos).

Resumindo, e como veremos adiante, traduz-se na ideia de que o design é decorativo, luxuoso, acessório, ou seja, dispensável. Esse entendimento é transversal no que aos estratos sociais e culturais diz respeito. Apenas os designers e mais alguns iniciados parecem perceber plenamente para que serve o design. O que seria

risível se não fosse trágico. Neste cenário, o design(er) parece-se com o condutor em contramão que acha que todos os outros é que estão errados. E poderá dar-se o caso de estarem mesmo?

Ainda assim, há domínios em que o design parece ser apreendido, ainda que não na sua plenitude, pela generalidade das pessoas: como já dissemos, “toda a gente” tem opinião sobre o design de automóveis, e discute-o em “conversas de café” (os homens, sobretudo, convenhamos). Recentemente passou a discutir-se também o design de telemóveis. E, em muitos casos, a conversa já não fica apenas pelo exterior, pela pele, também já se discute o design do *software*, dos sistemas operativos. Será isto talvez explicado pelo facto de haver um grupo geracional mais sensível ao jargão técnico que muitas vezes acompanha os objectos tecnológicos e, por isso, mais familiarizado com palavra *design* e alguns dos seus usos mais frequentes?

E, evidentemente, fala-se também de design a propósito de moda.

Esses objectos (automóveis, telemóveis, roupa e acessórios de moda), para além da sua função primária, têm servido particularmente bem o propósito de comunicar algo sobre aquele que os exhibe. Têm um valor semântico óbvio, que permite veicular a pertença a determinado grupo social, cultural, etc.<sup>183</sup> Será essa a razão por que é mais imediata a valorização do design nesses casos? Será porque são objectos com que muitas pessoas criam ligações que transcendem os aspectos de desempenho prático? Não se discute o design das embalagens de ovos, dos mapas de

---

<sup>183</sup> Os resultados do nosso primeiro inquérito só parcialmente permitem confirmar isto — pela negativa, nos objectos que não são valorizados. Faltaria, para controlo, ter mantido na Questão 18 alguns desses objectos mais “óbvios” que, por essa razão, acabámos por não incluir.

estradas, das escovas de dentes ou dos telecomandos de televisão, porque se acha que não há design para discutir? Ou porque, reconhecendo-se a existência de design, não se valoriza suficientemente esse factor na apreciação de tais objectos? Ou, finalmente, porque não se valoriza suficientemente esses objectos, que são desprovidos de valor representativo? Provavelmente a resposta congrega elementos de todas aquelas hipóteses e variará consoante as circunstâncias e o objecto concreto. É possível, por exemplo, que uma escova de dentes “exclusiva” ou *de autor*, “assinada” por um designer de moda ou um *designer da moda*, já seja discutida nesses termos.

Porque o *design* passou também a ser atributo cosmético, argumento de *marketing*, *griffe*, adjetivo, marca.

*During the 1980s, when design was promoted as a solution to Britain's industrial decline, the words of design and designer took on a new resonance. They became values in their own right. For example, people spoke of designer jeans (and even designer drugs, designer socialism). Since all jeans are designed, the adjective was redundant but its use demonstrated how 'the design' was being perceived as desirable attribute rather than the product as a whole. [...] The designer's label on the product became more important than the product itself.*<sup>184</sup> (Walker, 2010 [1989], pp.280-281)

Stephen Bayley (1951-) atribui essa mudança a um mecanismo de “substituição” das necessidades de satisfação estética dos indivíduos:

*The absurd debasement of the 'designer' is a fascinating episode in the history of taste, and all the more extraordinary when you con-*

---

**184** Durante os anos 80, quando o design foi promovido como uma solução para o declínio da indústria britânica, as palavras “design” e “designer” ganharam uma nova ressonância. Tornaram-se valores de direito próprio. Por exemplo, as pessoas falavam de jeans-design (e até de drogas-design, de socialismo-design). Uma vez que todos os jeans são desenhados o adjetivo era redundante, mas a sua utilização demonstrava como “o design” estava a ser visto como um atributo desejável em vez do produto como um todo. [...] A etiqueta de um designer no produto tornou-se mais importante do que o produto em si mesmo. [T.L.]

*sider that only a little earlier this century 'design' began to usurp art in its power to delight and astonish the public. As soon as painters and sculptors ceased to communicate with people and chose instead to create commodities of debatable artistic interest exclusively for dealers and museums, it was inevitable that the public would take its aesthetic pleasures where it could find them: in the styling of cars, the cinema and in popular culture. Put another way, the century of consumerism has moved the entire man-made world into the province of aestheticism.*<sup>185</sup> (Bayley, 2000, p.19),

No discurso comum, os objectos passaram a ser *de design* ou *ter design*, o que, dependendo de quem o afirme e em que circunstâncias, pode ser bom ou mau (no ponto de vista de quem o afirma, bem entendido). O fenómeno é generalizado; a fama, boa ou má, é mundial.

*[...] dire “c’est design” revient globalement à dire “c’est moderne”, “c’est aujourd’hui”, voire, “c’est tendance”. C’est en tout cas dans ce sens là qu’il faut entendre les usages passablement invocatoires du mot dès lors qu’il sert à habiller un produit [...] au fond design employé au sens de “c’est design” prends ici, [...], le sens de “goût du jour”.*<sup>186</sup> (Remaury, 2006, p.106)

Assim, o desconhecimento do design convive com essa fama que resulta da associação frequente a objectos caros ou mesmo de luxo, ostentatórios e dispensáveis (e esta percepção é confirmada

---

<sup>185</sup> A absurda degradação do "designer" é um episódio fascinante na história do gosto, e tanto mais extraordinária quanto consideremos que apenas há pouco tempo neste século, o 'design' começou a usurpar à arte o seu poder para deliciar e espantar o público. Assim que os pintores e escultores deixaram de comunicar com as pessoas e escolheram, em vez disso, produzir bens de interesse artístico discutível para negociantes e museus, foi inevitável que o público fosse buscar os seus prazeres estéticos onde pudesse encontrá-los: no styling dos carros, no cinema e na cultura popular. Posto de outra forma, o século do consumo deslocou todo o mundo dos artefactos humanos para a província da estética.

<sup>186</sup> [...] dizer “é design” equivale normalmente a dizer “é moderno”, “é actual”, até mesmo, “é moda”. De qualquer modo, é nesse sentido que se devem entender os usos razoavelmente invocatórios da palavra dado que serve para vestir um produto [...] no fundo, design empregue no sentido de “é design” adquire aqui, contraindo os termos da proposição anterior, o sentido de que “está a dar”. [T.L.]

pelo nosso inquérito). E é por sua vez, muito frequentemente reproduzida e ampliada pelos media e até validada por instituições que deveriam tentar combatê-la.

Ao fazer equivaler-se ao raro, caro ou exclusivo, o design auto-exclui-se da vida da maioria das pessoas, que não têm acesso a tais bens e que, ainda que os cobicem, passam a associar design só a objectos que têm essa chancela. Como tudo o resto, design passa a ser marca (Bonsiepe et al., 2013). E nessa sobreexposição do design-marca, do design-adjectivo, o design-substantivo deixa-se menozar.

Inevitavelmente há uma má fama que resulta do uso indiscriminado e despudorado da palavra *design* para significar tudo o que é fabricado, manipulado, artificilizado.

*[...] everything from jeans to genes — seems to be regarded as so much design. [...] For today you don't have to be filthy rich to be projected not only as designer but as designed — whether the product in question is your home or your business, your sagging face (designer surgery) or your lagging personality (designer drugs), your historical memory (designer museums) or your DNA future (designer children).<sup>187</sup>*

O uso do termo *designer* associado a qualquer coisa — dos mais improváveis objectos, ao todo ou às parte de pessoas e outros seres vivos — disseminou-se como uma praga. Como costuma acontecer com estes fenómenos, o uso começou pelas camadas superiores do ecossistema — pelos topos-de-gama —de onde

---

187 [...] tudo, dos jeans aos genes -- parece ser visto como design. [...] Pois, hoje em dia, não é necessário ser-se podre de rico para se ser projectado não apenas como designer mas como design — pouco importa se o produto em questão é a sua casa ou o seu negócio, o seu rosto flácido (cirurgia-design) ou a sua personalidade deficiente (drogas-design), a sua memória histórica (museus-design) ou o seu futuro ADN (crianças-design). [T.L.]

escorreu para cima dos objectos mais banais e mais distantes de qualquer ideia de design.



Fig. 41 | Um exemplo das muitas ocorrências da palavra *design* em contextos inesperados. Letreiro de uma marcenaria na Ajuda, em Lisboa.

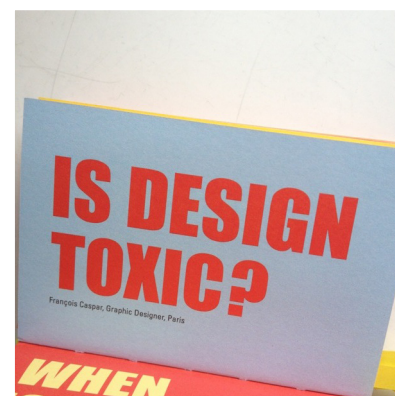
Não é um fenómeno novo, já o vimos acontecer com outros atributos similares — *deluxe*, *turbo*, *moderno*, *futurista*, etc. — esvaziando a palavra de qualquer valor, pelo desgaste do uso. Ou pior, colando-lhe uma conotação negativa que leva a que — naturalmente — haja uma reacção anti-design, uma afirmação por oposição, um “epíteto autocolante sem significado”, como escreve Stephen Bayley (2000), num extenso ensaio de 1991 (“Taste”):

*“As I write, the editors of the Oxford English Dictionary are engaged in tracing the descent of a word that once signified an honorable vocation. While they work, ‘designer’ declines even further. A lurid concoction of narcotics, hallucinogens and amphetamines was recently and witlessly described by The Guardian as a ‘designer’ drug. Someone recently started calling Perrier, ‘designer’*

*water. Now anything offered for sale that is irrelevant, matt black, expensive or just plain freaky weird is sold as a designer this or a designer that. So, a vocational term for a dignified profession, which includes Vitruvius, Christopher Wren, Thomas Sheraton, Henry Ford and Eric Gill, has been debased to a slap-on epithet of no real meaning to join other dead or dying labels like 'de luxe', 'executive' and 'turbo'. (Bayley, 2000, p.19), <sup>188</sup>*

A utilização de tais termos apostos aos objectos, como etiquetas, esvazia-os das qualidades com que se procura valorizá-los, ao mesmo tempo que destitui de significado as palavras que se usam para o fazer.

Recentemente o jornal *The Guardian* publicou a notícia sobre um homem que foi preso no Chile por estar a roubar gelo de um glacier milenar. O gelo destinava-se a ser servido em cubos nas bebidas dos mais selectos clubes de Santiago do Chile. Tudo no episódio é chocante, começando pelo facto dos cubos desse gelo serem designados na notícia por *designer ice cubes*. Este é talvez o mais eloquente e triste exemplo da degradação do design e do seu significado: da nobreza de uma actividade que pretendia contribuir para transformar positivamente o mundo, sobra uma palavra que funciona como móbil de uma actividade delapidadora em nome da suprema futilidade.



<sup>188</sup> Enquanto escrevo, os editores do Oxford English Dictionary estão empenhados em seguir a decadência de uma palavra que em tempos significou uma vocação honrada. Enquanto eles trabalham, "designer" decai ainda mais. Uma mistura lúgubre de narcóticos, alucinogénicos e anfetaminas, foi recente e estupidamente descrita pelo *The Guardian* como uma "droga-design". Alguém começou recentemente a chamar à água Perrier, "água-design". Agora, qualquer coisa posta à venda que seja irrelevante, em preto mate, cara ou apenas perturbadoramente estranha, é vendida como design-isto ou design-aquilo. Assim, um termo vocacional para uma profissão respeitada, que inclui Vitruvius, Christopher Wren, Thomas Sheraton, Henry Ford e Eric Gill, foi degradada até um epíteto autocolante sem verdadeiro significado para juntar a outros rótulos mortos ou moribundos como "de luxe", "executivo" e "turbo". [T.L.]



## Glacier thief arrested in Chile

Police hold man on suspicion of stealing five tonnes of ice from a glacier in Patagonia to sell as designer ice cubes for cocktails

• In pictures: The world's melting glaciers

---

Rory Carroll, Latin America correspondent  
The Guardian, Wednesday 1 February 2012 23.25 GMT

---



A chunk of the 5,200kg of ice, believed stolen from the Jorge Montt glacier, which was discovered by police in a refrigerated truck. Photo: Fiscalía Regional de Aysen/EPA

Climate change sceptics have acquired a new explanation for why glaciers are retreating: it's not global warming, it's theft.

Police in Chile have arrested a man on suspicion of stealing five tonnes of ice from the Jorge Montt glacier in the Patagonia region to sell as designer ice cubes in bars and restaurants.

Local media reported that last Friday police intercepted a refrigerated truck with an estimated £3,900 worth of illicit ice allegedly bound for whiskies, rums and cocktails in the capital Santiago.

Fig. 42 | Notícia do jornal inglês *The Guardian* de 1 Fev. 2012 (imagem do sítio) sobre o roubo de um bloco de cinco toneladas de gelo de um glaciar na Patagónia para produção de "designer ice cubes".

[...] the “designer” fad only survives because of credulous consumers, uncertain of their taste, adrift in oceans of junk. The depravity of the “design” business is the implied suggestion that only jeans and mineral water and expensive things are designed — that it is rare and exclusive for something to be designed — that it is rare and exclusive for something to be designed.<sup>189</sup> (Bayley, 2000, p.20)

Não somos tão optimistas (?) como o crítico de design português Mário Moura que acha que essa *fad*, essa moda passageira, que Bayley tão bem descrevia em 1991, já passou:

*Quando este século começou, “design” era uma palavra que irritava toda a gente, até os próprios designers. O crítico Hal Foster resumiu bem a irritação: dos genes aos jeans, tudo podia ser design. Mais ou menos por essa altura, o design tornou-se, aqui em Portugal, num neologismo ainda mais vago do que já era. Se no inglês sempre foi um verbo e um substantivo, por aqui martelou-se o substantivo (nunca foi um verbo) até se tornar num adjetivo ou pelo menos num sufixo. Numa espécie de declinação. Óculos design, malas design. Isto ou aquilo design. No fundo, não interessa, porque já passou. Agora, pouco mais de dez anos depois, é isto ou aquilo gurmê. O gurmê venceu o design. Boa parte do próprio design é, neste momento, gurmê. Desde os jeans aos genes, tudo pode ser gurmê.* (Moura, 2014)

Talvez o design tenha perdido parte do brilho para o “gourmet” (que é afinal, *designer’s food*, *designer’s water*, etc.), mas, mesmo que não continue tão pujante como *palavra da moda* (não cremos que assim seja) na prática o resultado é o mesmo. O design

---

189 [...] a moda do “designer” só sobrevive por causa dos consumidores crédulos, inseguros do seu gosto, à deriva em oceanos de lixo. A perversidade do negócio do “design” é a sugestão implícita de que apenas jeans e água mineral e coisas caras são objectos do design — de que é raro e exclusivo alguma coisa ser desenhada. Tudo foi desenhado, uma vez bem, frequentemente mal, e o grande desafio para fabricantes, vendedores e educadores é aprender a falar a linguagem dos objectos para que mais design genuinamente bom possa ser genericamente acessível. [T.L.]

tem continuado a merecer exposição e fama, mas os resultados não têm sido melhores.

Em Portugal onde há escassa ou quase nula cultura de design, o problema é agravado quando eventos ou instituições a quem competiria ajudar a alterar tal panorama acabam por reforçar aquela percepção, ao acentuarem o carácter não-essencial do design.

A bienal *ExperimentaDesign*, por um lado, e o MUDE, *Museu do Design e da Moda*, por outro — sendo iniciativas de inegável mérito e importantes para o panorama do design em Portugal — não contribuem para a construção da ideia, tão necessária, de que o design faz parte da vida de todas as pessoas. No caso do MUDE, ao ignorar-se o universo dos objectos industriais de uso quotidiano— onde estão o *clip* e os outros exemplos da expressão do génio do design no objecto “banal”? — e, pelo contrário, ao fazer-se uma clara associação do design ao objecto excepcional, ao universo do luxo, da alta costura, apenas se está contribuir para manter a distância entre o público e o que será o design. Um museu de design seria muito mais interpelador e eficaz se, para além dos ícones incontornáveis do design de mobiliário, confrontasse os visitantes com objectos familiares, com objectos que os próprios possam usar ou até possuir. Sacralizando peças de mobiliário ou de vestuário como outras obras num museu de arte, por mais notáveis que sejam, inviabiliza-se a possibilidade do público se rever nelas. Veicula-se a ideia de que o design não é *normal* mas antes *excepcional*. Que não deve ser regra mas sim excepção. Inacessível.

No caso da *ExperimentaDesign*, ao optar-se por uma lógica curatorial que se aproxima muito mais do universo da arte con-

temporânea do que da vida quotidiana, criam-se obstáculos adicionais à compreensão da natureza e âmbitos do design. Ou seja, aqueles que poderiam ser dois importantes veículos para a pedagogia do design acabam (não sempre, mas frequentemente), por contribuir para dificultar a sua assimilação.

Também os designers não estão, de forma alguma, isentos de responsabilidades nessa má-fama. Muitas vezes por inacção, outras por contribuírem activamente para a construção de uma ideia de ligeireza, uma espécie de *vento fútil* (Monteiro, 2007). Na maior parte dos casos contribuem “só” para alimentar a ideia de um design exclusivo, como já vimos na primeira parte. Outras vezes, felizmente menos, deixam-se levar por uma ilusão de alquimia, e parecem crer que tudo é passível de ser transformado em ouro pelo seu génio criador. A má-fama do design nasce assim, também, pela mão treinada do designer.



### 2.2.1. Um caso exemplar

Recentemente, a empresa de design português Boca do Lobo colocou à venda na sua própria loja online *Design Limited Edition* um objecto exclusivo cuja forma reproduzia uma pilha de malas antigas. O objecto, um cofre para jóias de nome *Warsaw*, era acompanhado de duas imagens alusivas ao Holocausto (uma delas de uma pilha de malas abandonadas nos campos de concentração) e do seguinte texto:

*We all have treasured objects that make our dearest memories come alive every time we lay eyes on them. A family jewel, a grandfather's watch, a present from the person we love the most in this world... All of these are emotional pieces we have built a strong relationship with and endeavor to keep safe from the tricks of time and as close to our heart as possible. Boca do Lobo's designers were inspired by these strong emotions to design Warsaw safe box. Imagine yourself back in the 1940's in Warsaw watching*

*people running in the streets trying to escape from the chaos the city was emerged in. They have to leave everything behind: their house, the life they were used to, probably to never have them back... But inside these suitcases they bring jewelry, watches, everything they valued the most, everything they could not leave to cruel destruction. Available in gold brass patina or gold leaf, Warsaw safe is a perfect example of Boca do Lobo's emotional design, a timeless piece that will look great in your luxury closet, fiercely guarding your dearest and most exclusive objects.*<sup>190</sup>

A menção ao objecto e a inclusão do texto impõem-se porque dificilmente arranjaríamos um exemplo mais eloquente de tudo o que vimos dizendo até aqui — de como os designers são responsáveis, por vezes de forma inesperadamente chocante, pela má-fama do design. E são legítimas porque não se referem a um caso menor, mas sim daquele que será o mais recente caso de sucesso (internacional) do design português, repetidamente incensado na imprensa, capa da revista de objectos de luxo do *Financial Times*, etc. Em inúmeras circunstâncias esta mesma empresa tem sido apresentada como um caso exemplar de empreendedorismo, de sucesso comercial, de vocação exportadora, etc.

---

**190** Todos temos objectos estimados que fazem as nossas mais queridas memórias ganhar vida sempre que pomos os olhos neles. Uma jóia de família, o relógio de um avô, um presente da pessoa que amamos mais no mundo... Todos são objectos com os quais construímos uma forte relação e que nos esforçamos por manter a salvo das partidas do tempo e tão perto do nosso coração quanto possível. Os designers da Boca do Lobo inspiraram-se nestas fortes emoções para desenhar os cofres Warsaw. Imagine-se nos anos quarenta em Varsóvia vendo pessoas a correr nas ruas para tentar fugir do caos em que a cidade estava imersa. Tiveram que deixar tudo para trás: a sua casa, a vida a que estavam habituados, provavelmente para sempre... Mas dentro das suas malas trazem jóias, relógios, tudo o que mais valorizam, tudo o que não podiam deixar para a destruição cruel. [...] Disponível em latão com patina dourada ou em folha de ouro, o cofre Warsaw é um exemplo perfeito do design emocional da Boca do Lobo, uma peça intemporal que ficará muito bem no seu closet de luxo. [T.L.]

DESIGN EDITION

ARTS & CRAFTS LIMITED EDITIONS COCULTURAL FINEART LUXURY TOYS EXPERIENCES BACKSTAGE

DESIGN EDITION OF FINEST QUALITY  
EXCEPTIONAL CRAFTSMANSHIP AND RARE MATERIALS

» Previous / Next «

## LIMITED EDITION FURNITURE: AN HISTORICAL SAFE

Limited edition furniture can be a source of magnificent emotional experiences and Boca do Lobo's new Warsaw safe is here to testify this. Besides keeping watches and jewels safe, Warsaw also symbolizes a cruel part of history that will never be forgotten.

We all have treasured objects that make our distant memories come alive every time we lay eyes on them. A family jewel, a grandfather's watch, a present from the person we love the most in this world... All of these are emotional pieces we have built a strong relationship with and endeavor to keep safe from the tricks of time and as close to our heart as possible.

Boca do Lobo's designers were inspired by these strong emotions to design Warsaw safe box. Imagine yourself back in the 1930s in Warsaw watching people running in the streets trying to escape from the chaos the city was emerging in. They have to leave everything behind their backs, the things they were used to, probably to never have them back... But inside these suitcases they bring jewelry, watches, everything they valued the most, everything they could not leave to cruel destruction.

Available in gold brass patina or gold leaf, Warsaw safe is a perfect example of Boca do Lobo's emotional design, a timeless piece that will look great in your luxury closet, fiercely guarding your dearest and most exclusive objects.

If you liked this luxury safe box, you will also want to see this champagne leaguard safe.

Boca do Lobo®

CONTENTS

NEWS  
PLANS  
LIMITED  
EDITIONS  
ARTS

DESIGN LIMITED EDITION

ARTS  
COCULTURAL  
FINEART  
LUXURY TOYS  
EXPERIENCES  
BACKSTAGE

NEWSLETTER / SUBSCRIBE

Don't let us miss on the latest designs, art, architecture, travel and fashion by subscribing to our semi-monthly newsletter.

This graphic will be sent back to you with you, so sign up NOW to receive this of course! We need to know you're in the know.

NAME

EMAIL

Send

Fig. 43 | Boca do Lobo, cofre para jóias Warsaw, 2013 (imagem do sítio da empresa de Dezembro de 2013)

O sítio da empresa revela essa sua vocação internacional (ao mesmo tempo que oculta a sua origem), com páginas dedicadas ao mercado americano, inglês, russo, alemão, francês, inglês e espanhol (sendo que a ligação para português não está activa). Os objectos que produz são grandes e espantosos, tecnicamente elaborados e caros, e assumidamente destinados a contextos de ostentação do luxo.



Fig. 44 | Boca do Lobo, imagem do sítio da empresa, com o cofre *Warsaw* agora designado *Bohème*, junto a outros produtos da linha *Private Collection* (imagem de Fevereiro de 2014).

Numa entrevista de 2011, Amândio Pereira (“CEO & Founder” da Boca do Lobo e das várias marcas associadas que compõem o grupo empresarial *Menina Design Group*), falava da facturação de quatro milhões de euros, da expansão para novos mercados,



do *showroom* em Berverly Hills, da sua confiança no futuro e da ambição de fazer da Boca do Lobo (na pessoa do seu designer-chefe Marco Costa) a “cara” do design português:

— *Está a comemorar cinco anos de sucesso. Qual é o plano para os próximos cinco?*

— *Temos peças colocadas em 30 mercados, da Índia às Filipinas e ao Reino Unido. Queremos ter peças em todo o mundo daqui a cinco anos. E queremos que o primeiro desenho que se faça na cabeça, quando se falar de design português, seja a Boca do Lobo. Queremos projectar um designer a nível internacional, como o que fez a Espanha com o Jaime Hayón. E o Marco está na fila da frente para ser este designer-marca.*

— *E tudo isto sem o apoio do Estado.*

— *Sim. Enquanto o sistema com o Estado for levar tudo na carroça, nós não assinamos por baixo.* (Macedo et al., 2011)

A julgar pelo sítio do grupo, o plano vai decorrendo conforme previsto. O episódio do cofre *Warsaw* (que, como resultado da indignação que provocou nas redes sociais, foi retirado do lugar de destaque que teve no sítio durante uns dias, até reaparecer, discretamente, rebaptizado como *Bohème*), parece não ter sido mais do que percalço sem importância.

A história, porém, não se pode negar e todos somos convocados a cada momento a assumir a responsabilidade daquilo que fazemos. No nosso caso concreto, a responsabilidade é para com o design. Este parece-nos ser um caso exemplar de tudo o que está mal com o design. Fica aqui, para que um dia não possa haver a veleidade de o negar.





A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

### **2.2.2. *Uma situação existente*** / perspectiva 1

Como é dito na Introdução, foram realizados dois inquéritos no sentido de verificar alguns dos pressupostos em que assenta a nossa hipótese.

Os resultados globais (e alguns resultados parcelares, como adiante se explica) podem ser consultados nos anexos.

Ensaaiaram-se várias possibilidades gráficas no sentido de melhor evidenciar os resultados de cada pergunta. Não sendo a infografia uma competência pessoal nossa (apenas uma área que nos interessa particularmente como observadores), procurámos utilizar esquemas gráficos e cromáticos simples, sem deixar de tentar assegurar a boa legibilidade e a eficácia da comunicação.

### Algumas considerações sobre os resultados do Inquérito 1

Com o primeiro inquérito, realizado num contexto universitário (em circunstâncias que se encontram detalhadas nos *Anexos*), pretendia-se aferir a familiaridade dos inquiridos com o design e a sua percepção sobre as suas áreas de intervenção, sobre a natureza dessa intervenção e, em suma, sobre a **fama do design**. E, concretamente, se havia diferenças significativas, como supúnhamos ser o caso, entre os entendimentos dos estudantes mais familiarizados com o design e os outros. Assim, nas próximas páginas apresentam-se as respostas a algumas das perguntas mais relevantes, trabalhadas graficamente, por forma a confrontar as duas visões: a “interna” (dos estudantes de design) e a “externa” (dos estudantes de outros cursos). Nas páginas dos *Anexos* relativas ao “Inquérito 1” podem ser consultadas todas as respostas detalhadas (do conjunto global de respondentes, e, separadamente, dos alunos de Design, dos alunos de Arquitectura, e dos alunos dos restantes cursos). A razão para se ter feito essa separação (Design / Arquitectura / outros cursos), prendeu-se com a intenção de tentar verificar coincidências e discrepâncias entre design e uma área com que tem muitas afinidades (arquitectura) e entre as duas áreas e as restantes, se fosse o caso.

Nas próximas páginas apresentamos algumas dessas respostas trabalhadas e comentadas, de forma não exaustiva, assinalando os aspectos mais interessantes podendo o leitor, se quiser analisar mais detalhadamente cada resposta, consultar os relatórios integrais em anexo.

Passadas as primeiras questões relativas a dados de caracterização dos respondentes, questões de controlo e filtragem, o primeiro aspecto que nos parece importante sublinhar é a ideia

transversalmente maioritária de que a palavra *design* não tem sempre o mesmo sentido. Açam isso 96,8% dos estudantes de Design e 66,7% dos de outros cursos.

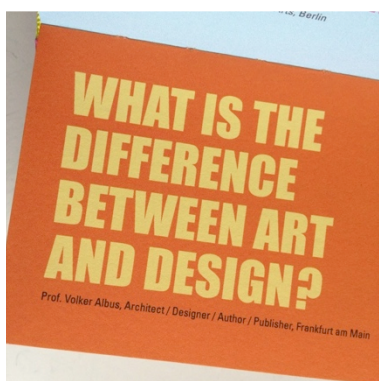
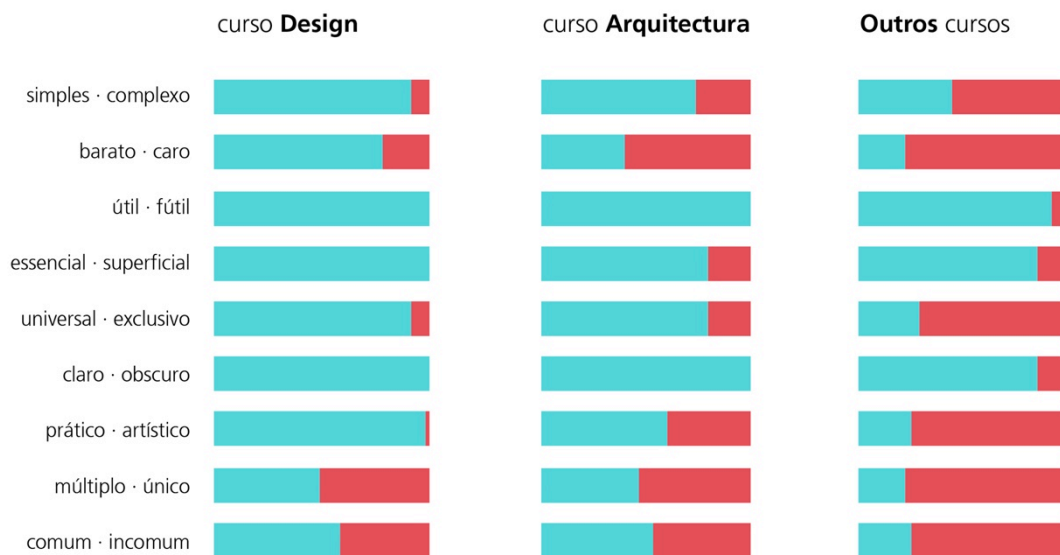
9. Quando ouve ou lê a palavra ‘design’ parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido?



Na questão seguinte, os resultados são mais eloquentes quanto aos diferentes entendimentos do que é o design. Sendo-lhes solicitado que escolhessem de vários pares de palavras aquela (em cada par) que melhor associassem a design, as respostas dos estudantes de Design revelam um entendimento quase unânime da disciplina como sendo ***simples, essencial, útil, barato, universal, claro e prático*** (nos pares *comum/incomum* e *único/múltiplo*, as respostas são muito divididas, provavelmente por serem as únicas que não têm implícito um valor moral, um lado “bom” e um lado “mau”. Os valores das respostas dos estudantes de Arquitectura não divergem muito destes na maior parte dos casos, mas apesar disso há algumas diferenças dignas de registo: ***caro*** (em vez de barato) passa a ser maioritário com os estudantes de Arquitectura e, claramente, ainda mais com os dos restantes cursos; ***simples*** (vs. complexo), ainda que se mantenha maioritá-

rio, decresce segundo uma lógica semelhante. A diferença mais significativa, porém, parece-nos ser a que classifica o design entre *prático* ou *artístico*: enquanto os alunos de Design escolhem o **prático** (96,8%) os alunos dos outros cursos preferem **artístico** (61,9%). Esta discrepância é muito relevante e corrobora algumas coisas que fomos dizendo ao longo do trabalho.

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, para si, mais facilmente se associa ao design.

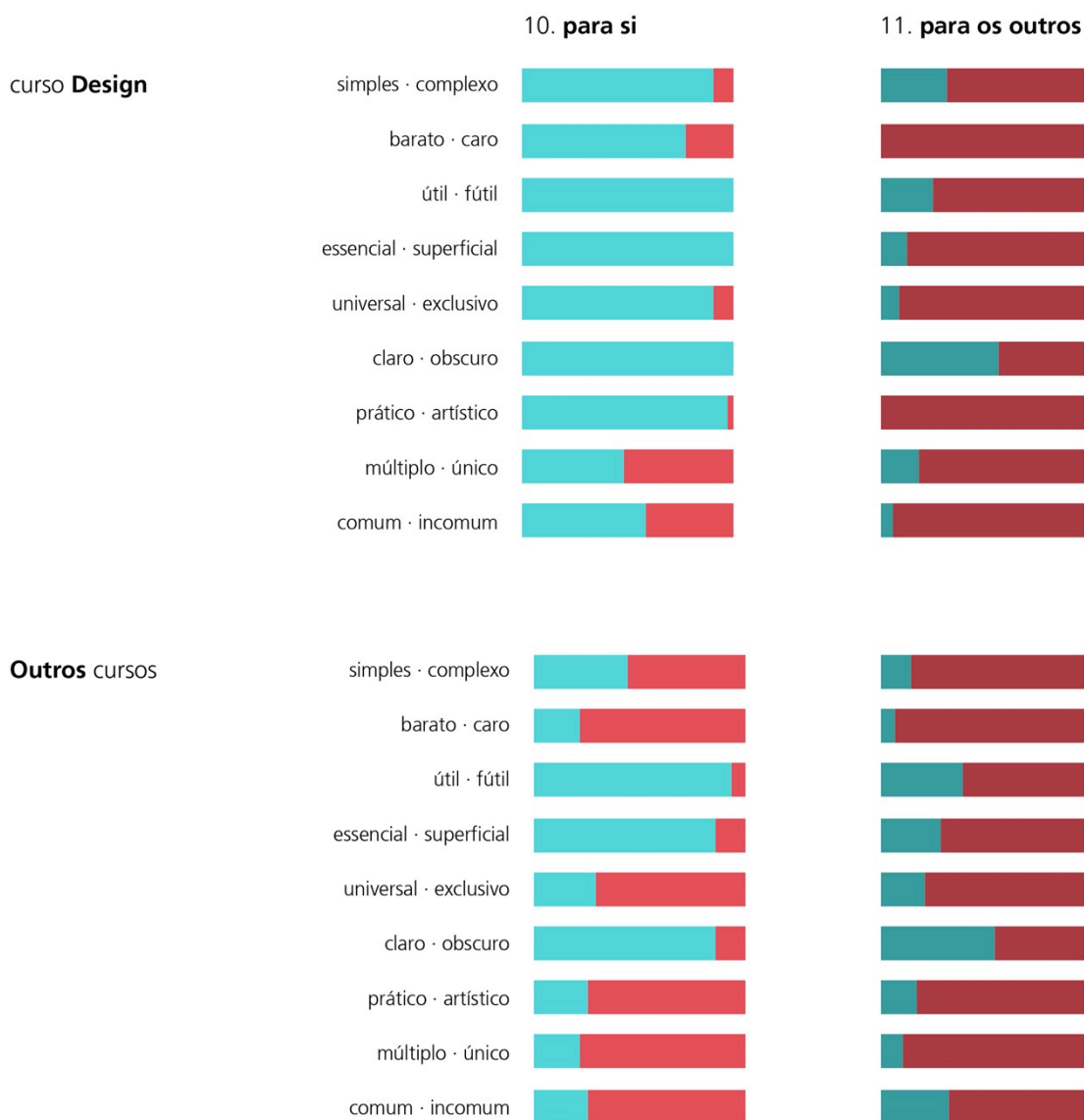


O confronto dessa visão pessoal do design e aquela que se acha ser a visão alheia (a que se refere a questão seguinte, 11), fica evidente quando confrontados os resultados das duas questões (10 e 11), sobretudo, mais uma vez e compreensivelmente, quando atentamos nos resultados de Design. De facto, nesse caso, as respostas das duas questões são quase simétricas (por exemplo, *essencial* tem 100% de respostas na questão 10 contra 12,9% na 11; tal como *útil* tem 100% contra 25,8%, etc.). Embora as res-

postas dos alunos de Arquitectura não sejam tão antagónicas, o sentido geral é o mesmo. No caso dos alunos de outros cursos,

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que, **para si**, mais facilmente se associa ao design.

11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que **a generalidade das pessoas** mais frequentemente associa a design.



como as respostas à questão 10 não eram tão extremadas também não poderia haver diferenças tão grandes. Ainda assim, o sentido continua a ser o mesmo: escolhendo a “visão positiva” do design como sua, e a “visão negativa” como sendo a dos outros. O que também significa que apesar de, no universo escolhido, estes alunos de outros cursos representarem *os outros* (a visão dos não-designers) e embora haja efectivamente diferenças entre as suas respostas e as dos seus colegas do curso de Design, elas não estão nos antípodas umas das outras. Ou seja, os alunos das licenciaturas não artísticas não “encaixam” no retrato dos *outros* que os seus colegas de Design traçam, e o inverso também não acontece. O que nos deixa perante duas possibilidades: ou o avesso do Design está noutro sítio, ou o cenário maniqueísta traçado pelos estudantes de Design (e pelos seus profissionais, como adiante veremos) é exagerado.

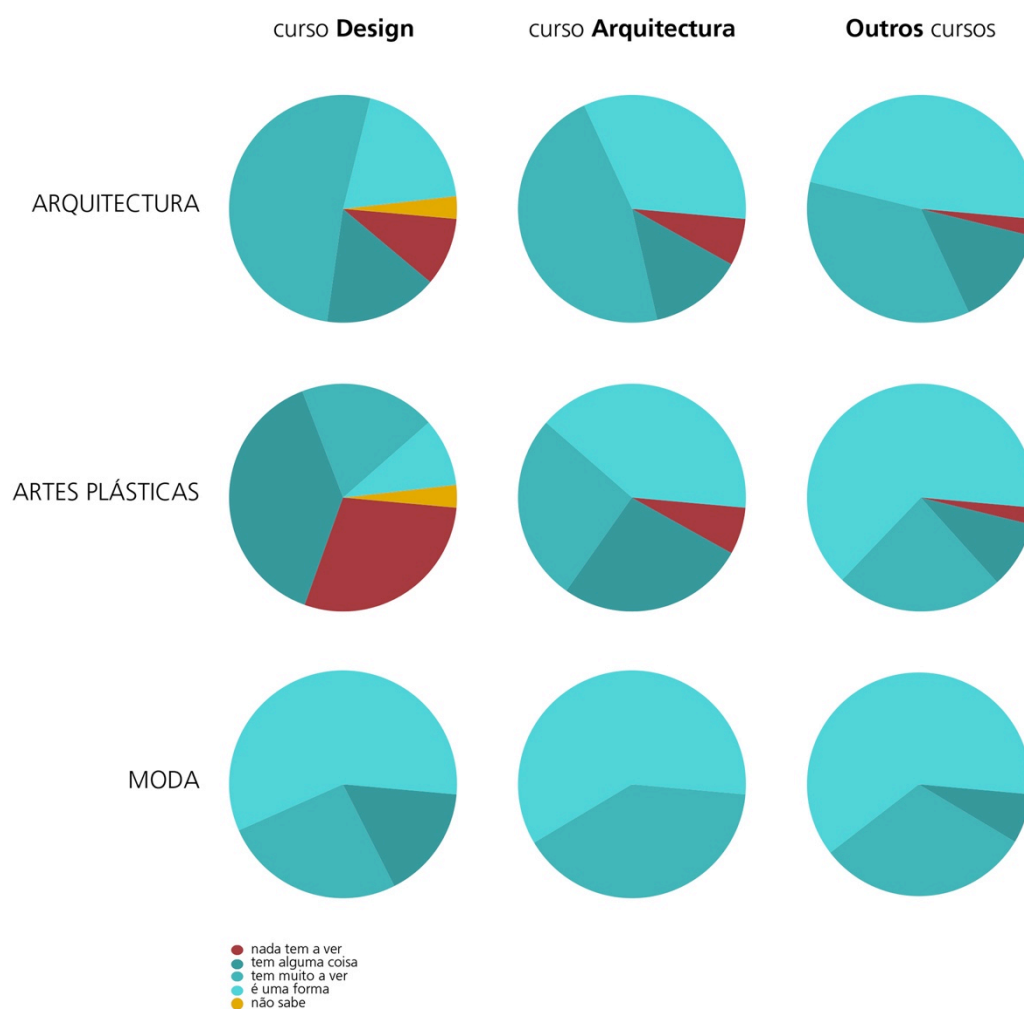
Na questão 12 o aspecto mais relevante parece ser a concordância na localização no fundo da lista dos termos *aparência, estilo, moda*. E a escolha, surpreendentemente “mais disciplinar” dos alunos dos outros cursos (colocando *concepção, desenho, função e projecto* no topo da lista).

O aspecto mais interessante que ressalta da questão 16 é o facto de serem os estudantes de Design os que têm mais relutância em reconhecer a relação da arquitectura com o design (ao contrário, há 14,4% de estudantes de Arquitectura que acham que a mesma *é uma forma de design*). Previsivelmente, e em consonância com o que haviam respondido à questão 10 (*artístico* em vez de *prático*), são os estudantes que se encontram mais longe do design a encontrar relações entre este e as artes plásticas. Esperada, mas



ainda assim de assinalar, a generalizada percepção da relação da moda com o design, com a larga maioria de respostas a escolher a opção que faz equivaler a moda a “uma forma de design”. A única outra actividade que tem resultados próximos destes é a decoração de interiores.

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design?

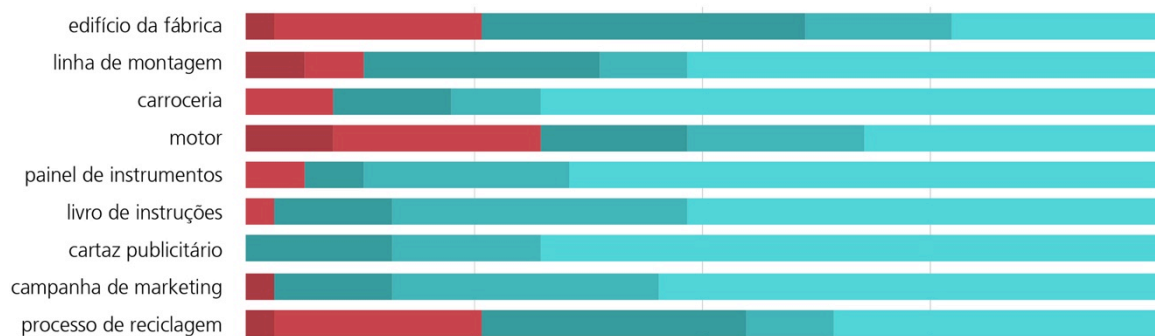




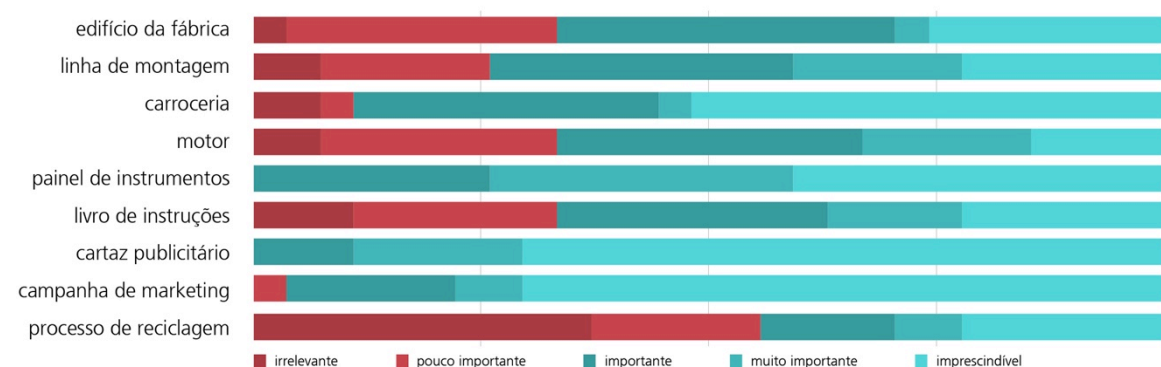
Quando aplicada a objectos concretos, os vários entendimentos tornam-se mais claros. Assim, na questão 17, quando confrontados com vários objectos ou processos relacionados com a produção de um automóvel (desde o projecto da fábrica ao processo de reciclagem do veículo), quase ninguém tem dúvidas sobre a importância do design na concepção da carroçaria ou do painel de instrumentos do automóvel. Ou no do cartaz que o publicita.

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção das seguintes coisas?

#### curso **Design**



#### **Outros** cursos



Os estudantes de Design apenas revelam algumas dúvidas sobre a intervenção do design no projecto do edifício e, em menor escala, no do motor.

Para os alunos de Arquitectura ou dos restantes cursos, a importância do design é sempre comparativamente menor do que para os de Design, o que é compreensível. Mas é interessante que, por exemplo, se dê muito menos importância ao papel do design no livro de instruções do veículo, do que na campanha de marketing do mesmo. Parece-nos que este é um exemplo da ideia de que o design está mais ligado àquilo que é superficial e menos ligado ao que é essencial e prático. Também digna de nota, é a dissociação entre design e processos de reciclagem, sobretudo preocupante quando verificada (também) nas respostas dos estudantes de Design.

Nas questões finais, 18 e 19, perante uma vasta lista de objectos muito diferenciados, pode igualmente observar-se uma diferença grande entre as respostas dos futuros designers e dos outros.

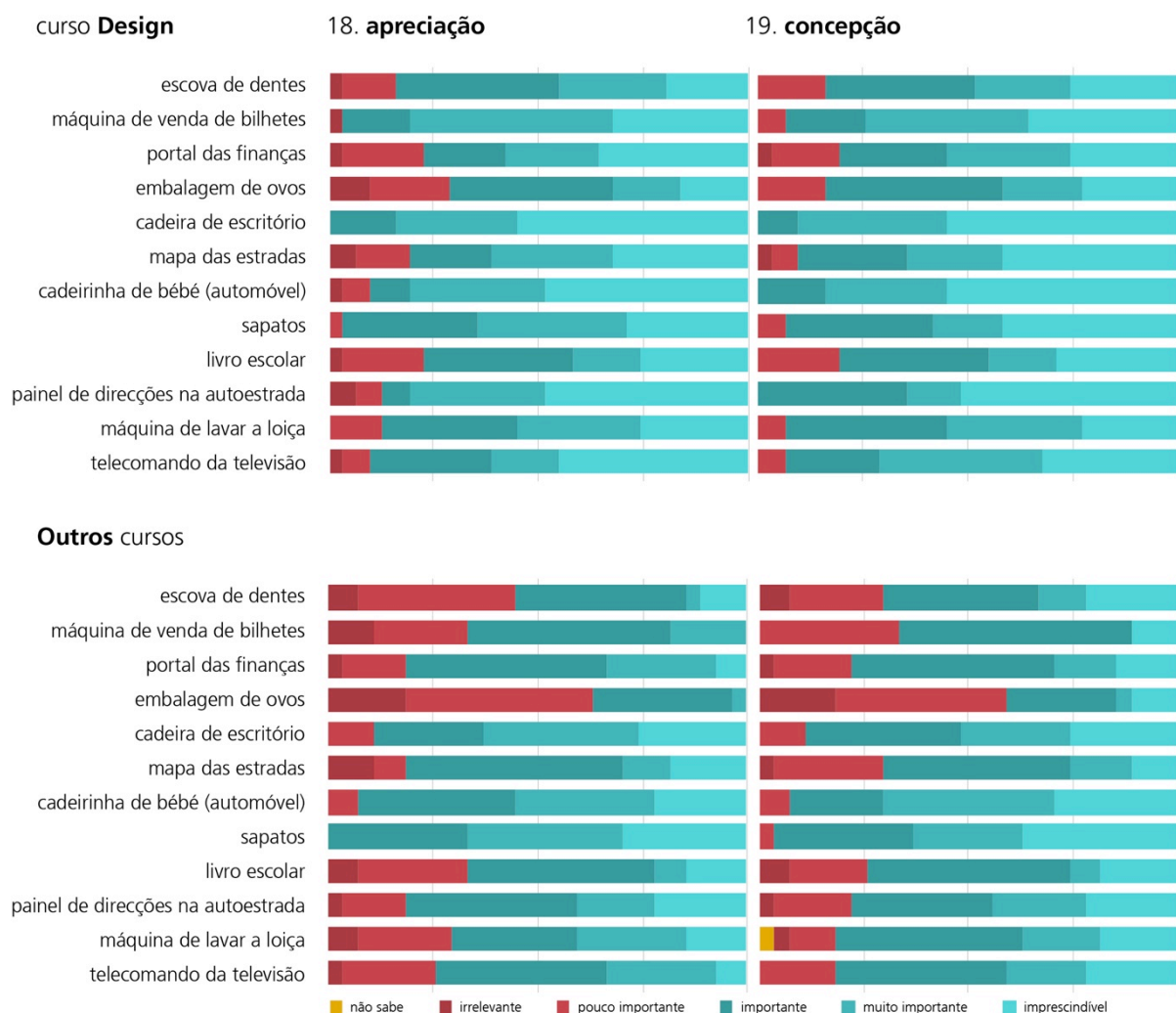
Na questão 18 está em causa a valorização do design como factor de apreciação dos objectos. Na questão 19 a sua importância na concepção dos mesmos. Entre uma questão e outra há oscilações relevantes, que se podem apreciar nos quadros seguintes, assim como as há nas respostas entre os estudantes dos vários cursos.

Por exemplo: os alunos dos outros cursos valorizam o design na apreciação que fazem de objectos que relacionam com o conforto/ergonomia (cadeira de escritório / de bebé /sapatos), mas não na que fazem de outros que também estão intimamente ligados a questões desse tipo (por exemplo, a escova de dentes). Outros objectos que também parecem não ser merecedores dos favores

do design são a embalagem de ovos e o mapa das estradas. O que estas respostas denunciam, cremos, é uma deficiente compreensão do que é o design, para que serve e em que áreas intervém e a que nível.

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para a **apreciação** dos seguintes objectos?

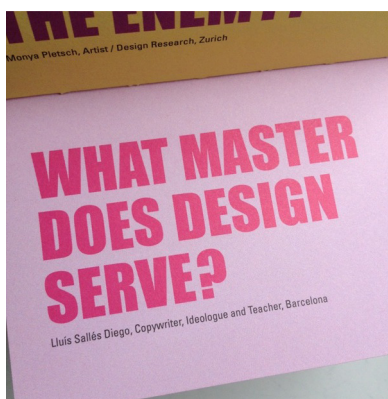
19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na **concepção** dos seguintes objectos?



### 2.3. FUNÇÃO

Entre o início da década de trinta e o final da década de cinquenta do século XX o design descobriu o seu poder e, dir-se-ia, a sua vocação: ajudar a vender, fomentando o consumo. O desenho ao serviço do desejo.

As figuras maiores desse design corporativo foram os *pais* do design americano — na verdade os primeiros designers publicamente reconhecidos como tal — que puseram o seu génio ao serviço de quem os contratava. O “toque de Midas” de autores como Walter Dorwin Teague (1883-1960), Norman Bel Geddes (1893-1958), Raymond Loewy (1893-1986) ou Henry Dreyfuss (1904-1972) alcandoraram-nos a um estatuto raro. O sucesso que o seu traço garantia permitiu-lhes transitar com facilidade de uns para outros domínios da indústria, do design gráfico ao design industrial, de peças únicas a produtos de grande série, do



pequeno objecto ao grande meio de transporte. Enquanto os europeus exilados e os americanos que os receberam procuravam dar continuidade ao projecto moderno de um design ditado pela função e de uma função ditada pela necessidade<sup>191</sup>, estes homens procuravam encontrar um design que fosse eficaz no propósito de ajudar aos lucros. Esse entendimento do papel crucial do design seria traduzido eloquentemente por Thomas Watson Jr., presidente da IBM entre 1952 e 1961, que declarou um dia “*good design is good business*” (Watson Jr., [1973]). A frase, uma afirmação do poder do design (e uma óbvia *boutade* à doutrinação do *good design* em vigor desde a primeira exposição do MoMA, em 1944), revela um entendimento que hoje, várias décadas passadas, grande parte dos empresários e homens de poder parece ainda não ter percebido. A partir da década de trinta, do renascer económico do pós-*crash* de 1929, o design aproximou--se triunfantemente do poder. Ou, pelo menos, dos homens que detinham o poder das grandes empresas americanas — de Howard Hughes aos presidentes das *Big Three* (Chrysler, Ford e General Motors). Esse triunfo do design ficou assinalado para a posteridade com a chegada do designer, o *mágico* Loewy, à capa da revista *Time* — a derradeira certificação daquilo que interessa(va) na sociedade americana. O próprio Loewy terá resumido o seu triunfo e o da sua ideia de design com uma frase célebre: “*The most beautiful curve is a rising sales graph.*”<sup>192</sup>

---

<sup>191</sup> Apesar de na América as necessidades e as circunstâncias serem de outra natureza, o que levou a que os arquitectos da Bauhaus tenham substituído a pesquisa em torno do programa da habitação colectiva de cariz social, pelo da habitação individual para clientes, pelo grande edifício de escritórios para grande empresas ou pelo equipamento para grandes instituições privadas (universidades, museus, etc.). O anúncio da guerra, e o êxodo que forçou, esvaziara o programa moderno de parte da sua ideologia.

<sup>192</sup> *A mais bela curva é a curva ascendente do gráfico de vendas.* [T.L.]



Fig. 45 | Capa da revista Time de 31 out. 1949 com a legenda "Designer Raymond Loewy. He streamlines de sales curve."

Essa demonstração do poder do design, usado assim, legitimamente, em favor da multiplicação do dinheiro, tornava evidente a possibilidade de ele servir outros fins.

No final da década de cinquenta, Charles Eames, figura maior da geração seguinte<sup>193</sup> do design americano, seria convidado por pessoas ligadas ao governo e à indústria indiana, e por intermédio da Ford Foundation, a fazer um estudo sobre design na Índia.

*The Government of India asked for recommendations on a programme of training in design that would serve as an aid to the small industries; and that would resist the present rapid deterioration in design and quality of consumer goods.*

*Charles Eames, American industrial designer and his wife and colleague Ray Eames, visited India for three months at the invitation of the Government, with the sponsorship of the Ford Foundation, to explore the problems of design and to make recommendations for a training programme.*

*The Eameses toured throughout India, making a careful study of the many centres of design, handicrafts and general manufacture. They talked with many persons, official and non-official, in the field of small and large industry, in design and architecture, and in education.*<sup>194</sup> (Eames et al., 1997 [1958], p.4)

---

**193** Embora fosse apenas três anos mais novo que Dreyfuss, Eames far-se-ia notar como designer a partir do final da guerra, ao contrário daquele que, tal como Loewy, Teague ou Bel Geddes, fez a sua fama ainda na década de trinta.

**194** O governo da Índia pediu recomendações sobre um programa de formação em design, que pudesse servir de apoio para as pequenas indústrias, e que pudesse resistir à rápida deterioração actual no design e qualidade dos bens de consumo. § Charles Eames, designer industrial americano e sua esposa e colega Ray Eames, visitaram a Índia por três meses a convite do governo, com o patrocínio da Ford Foundation, para explorar os problemas de design e fazer recomendações para o programa de formação. § Viajaram pela Índia durante três meses, fazendo um cuidadoso estudo de centros de design, artesanato e indústria. E contactaram muitas pessoas, entidades oficiais e não só, nos campos da pequena e grande indústria, do design e da arquitectura e da educação. [T.L.]

Com base nesse trabalho de campo e no estudo da cultura indiana apresentaram em Abril de 1958 o *Eames Report*, posteriormente referido como *India Report*, onde faziam um conjunto de recomendações, a mais importante das quais a criação de um instituto de design:

*We have been asked to state what India can do to resist the rapid deterioration of consumer goods within the country today. [...] we recommend that without delay there be a sober investigation into those values and those qualities that Indians hold important to a good life, [...] One suspects that much benefit would be gained from starting this search at the small village level. [...] We recommend an institute of design, research and service which would also be an advanced training medium. It would be connected with the Ministry of Commerce and Industry but it should retain enough autonomy to protect its prime objective from bureaucratic disintegration.*<sup>195</sup> (op.cit., p.6)

A filosofia, objetivos e orgânica do futuro instituto eram bastante detalhados, incluindo uma vasta e muito diversificada lista de campos disciplinares a considerar no curriculum,<sup>196</sup> e a descrição de alguns exercícios a realizar.

Segundo Kirkham (1995, pp.280-283), o casal Eames terá subestimado a dimensão dos problemas que o país enfrentava na

---

**195** Foi-nos pedido para definirmos o que a Índia pode fazer para resistir à rápida deterioração dos bens de consumo do país [...] Recomendamos que sem demora haja uma investigação ponderada sobre os valores e qualidades que os indianos consideram importantes para manter uma boa vida [...] Suspeita-se que seria muito benéfico começar esta pesquisa ao nível de uma pequena aldeia [...] Recomendamos um instituto de design, pesquisa e serviço que seja também um instrumento de formação avançada. Estaria ligado com o Ministério de Comércio e Indústria, mas deveria reter autonomia suficiente para proteger da desintegração burocrática o seu objectivo principal.

**196** Those disciplines represented on the permanent faculty would depend on available men and those not represented there would certainly be among the visiting consultants. Perhaps the real challenge of this program is that it is committed to include a wide variety of disciplines. Here is a list which is no doubt incomplete: Engineering, Structural, Mechanical, Production, Physics, Philosophy, Mathematics, Physiology, Anthropology, Psychology, Architecture, Music, Sculpture, Economics, Art History, Political History, Agriculture, Dance and Drama, Logistics, Painting, Communications, Theory and Techniques, Statistics, Graphics, Literature, Demography. (Eames et al., 1997 [1958], p.12)



sequência da recente independência bem como a ganância do lucro e o desprezo pela qualidade de algumas indústrias indianas. A verdade é que o *National Institute of Design* seria criado em Ahmedabad em 1961, sob o governo de Nehru, e tornar-se-ia um instrumento fundamental da política de desenvolvimento da Índia.

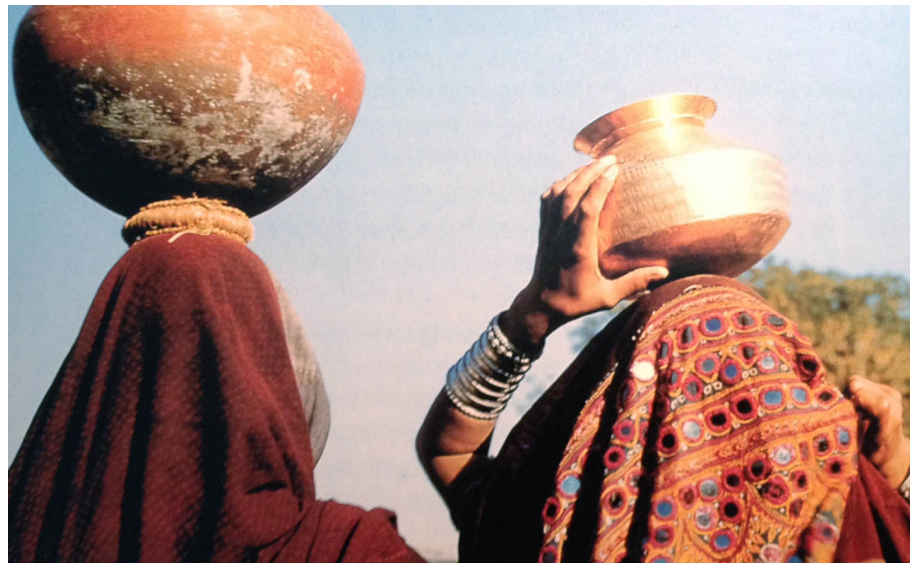


Fig. 46 | Mulheres indianas transportando *lota*<sup>197</sup>. Fotografia de Charles Eames, Índia, 1958.

Na Europa, a questão da função social do design nunca saíra da ordem do dia. A necessidade de reconstrução do pós-guerra veio retomar o projecto moderno onde a barbárie nazi o tinha interrompido: na exploração de novos modelos de habitar e de cidade, no ideal de produção em série de bens facilitadores dessa

---

<sup>197</sup> *Of all the objects we have seen and admired during our visit to India, the Lota, that simple vessel of everyday use, stands out as perhaps the greatest, the most beautiful. The village women have a process which, with the use of tamarind and ash, each day turns this brass into gold. [...] Of course, no one man could have possibly designed the Lota. The number of combinations of factors to be considered gets to be astronomical – no one man designed the Lota but many men over many generations. [...] The hope for and the reason for such an institute as we describe is that it will hasten the production of the “Lotas” of our time.* (Eames et al., 1997 [1958], pp.8-9)

nova vida, num ideal de transformação do mundo através do design. O ideal de um design instrumental nessa mudança seria desenvolvido na escola de Ulm, cuja projecto de ensino assentava na resolução de problemas concretos de real relevância social. Após o fecho da escola, e um pouco à semelhança com o que se passara com a diáspora da Bauhaus, muitos dos seus docentes e *alumni* propagaram o modelo de Ulm em paragens distantes, contribuindo para o desenvolvimento da cultura de projecto em países em processo de industrialização.

*The curriculum that was so painfully elaborated in Ulm has become the basis of design training in many countries.*<sup>198</sup> (Lindinger, 1991, p.12)

*Its influence was not restricted to the comparatively small number of industrialized countries — in global terms, the so-called center or “metropolis” — but also reached those countries of the periphery that see industrialization as a tool with which to reduce their technological dependency, to create economic wealth, and eventually to create an autonomous material culture of their own.*<sup>199</sup> (Bonsiepe, 1991, p.266)

No início dos anos sessenta o modelo de Ulm tinha chegado ao Brasil, à ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial do Rio de Janeiro e participara no desenvolvimento do *National Institute of Design de Ahmadabad*. Gui Bonsiepe, por exemplo, estaria envolvido na criação de instituições de promoção e ensino de design no Chile de Salvador Allende, entre 1971 e 1973, na Ar-



<sup>198</sup> O curriculum, que foi tão detalhadamente elaborado em Ulm, tornou-se a base do ensino do design em muitos países. [T.L.]

<sup>199</sup> A sua influência não se restringiu ao relativo pequeno número de países industrializados — em termos globais, o chamado centro ou “metropolis” — mas também alcançou aqueles países da periferia que vêem a industrialização como uma ferramenta para reduzir a sua dependência tecnológica, para criar riqueza económica, e eventualmente criar uma cultura material autónoma e própria. [T.L.]

gentina, em Cuba, na Índia e no Brasil onde ainda reside e trabalha. Os modelos de design preconizados por Bonsiepe, e muitos outros, para países em vias de desenvolvimento do hemisfério sul, seriam inevitavelmente distintos das lógicas subsidiárias do consumo em massa que depois do pós-guerra se gerou nas nações industrializadas do hemisfério norte. Nestas, por sua vez, à explosão do consumo e à libertação hedonista da juventude, seguir-se-ia o crescimento de um sentimento de revolta perante um sistema de poder que se associava ao capitalismo, aos regimes coloniais, à segregação racial e de género, e à Guerra do Vietnam. Essa revolta, movida por ideais políticos e sociais utópicos, teria óbvios reflexos no design. Por um lado, gerando uma crítica a um design cúmplice dos interesses das grandes empresas (o que tanto abarcava os gigantes da indústria automóvel de Detroit como os praticantes norte-europeus do *good design*), por outro, desenhando vias alternativas de vida em comunidades alternativas inspiradas pela visão ecológica de ideólogos como Richard Buckminster Fuller (1895-1983) ou Steve Baer (1938-). As ideias destes dois designers (apesar da heterodoxia, o termo que melhor serve para os classificar) exerceriam forte influência nos fundadores da comunidade rural de inspiração *hippy Drop City*, fundada em 1965 na Califórnia. Não por acaso, a referência a *Drop City* consta nas primeiras páginas de *Design for the real world*, obra de 1971 de Victor Papanek a que já fizemos referência, e que constituiria um marco decisivo na forma de encarar o design e a sua função a partir da sua publicação. Outros já haviam alertado para a responsabilidade do design (como Fuller ou Ralph Nader em *Unsafe at any speed: the designed-in dangers of the American automobile* (1965)), mas o livro de Papanek é um livro sobre design, que ao mesmo tempo que denuncia, propõe

um papel distinto para o design, apontando para a importância da sua presença em sociedades pouco ou nada industrializadas e para um design social, ética e ecologicamente responsável. O livro encontraria no clima que atrás descrevemos o contexto ideal para fazer escola, o que aconteceria sobretudo a partir do momento em que os excessos dos anos oitenta levaram muitos novos designers a procurar um sentido ético para a profissão. As questões éticas — face à profissão, à disciplina, ao consumidor, à sociedade, ao planeta — ganhariam crescente importância. Os aspectos de um design atento às minorias, aos aspectos ambientais e de sustentabilidade, às questões de especificidade culturais locais, das lógicas de produção não industriais e da preservação dos ofícios tradicionais, etc. tornar-se-iam correntes no ensino do design e em práticas profissionais independentes de estruturas convencionais de encomenda e produção. E ainda que em muitos desses projectos não passem de ideias bem-intencionadas sem grande aplicabilidade prática, muitos designers (sobretudo jovens), nas sociedades ricas dos países do norte ou noutras latitudes, sentem que o design pode ser mais do que um instrumento ao serviço do sobre-consumo, da obsolescência programada e de uma lógica de produção que há muito deixou de responder a necessidades reais e que trata, sobretudo, de se auto-alimentar. Para esses novos designers — usando em seu proveito e daquilo em que acreditam as redes sociais, os sistemas de *crowd-funding* e o acesso facilitado a algumas novas tecnologias de produção — a função do design é bem maior do que aquilo que ditam os estudos de mercado e os *focus groups*.







Fig. 47 | Distribuição de água no Corno de África, 2011.

Fig. 48 | **Piet Hendrikse**, *Q Drum*, barril de polietileno de baixa densidade com capacidade para transportar 50 litros de água.

### 2.3.1. O poder do design

O episódio já foi muito glosado, mas não haverá outro que ilustre de modo tão eloquente até que ponto o design pode ser importante. Até que ponto o design pode mudar o mundo. Para sempre, irremediavelmente.

Nas eleições presidenciais americanas de 2000, a disputa entre George W. Bush e Al Gore foi invulgarmente acesa. Contados os votos em todos os outros estados, a eleição ficou dependente dos resultados na Florida, cujos vinte e cinco representantes (a atribuir integralmente a quem vencesse as eleições no estado) seriam suficientes para garantir a maioria a qualquer dos dois candidatos.

As sondagens feitas à saída das *polling stations* usando o método do voto em urna começaram por dar a vitória a Gore. Porém, à medida que os votos iam sendo apurados, a situação inverteu-se e Bush acabaria a contagem inicial com uma vantagem de cerca de três mil votos o que, por lei, obrigava a uma recontagem automática (feita à máquina). A polémica fundamental resultaria do pedido feito por Al Gore de que fosse feita uma recontagem manual, como a lei facultava, nos condados de Broward, Miami Dade, Palm Beach e Volusia, onde os resultados pareciam menos conformes com as expectativas e com as sondagens pré e pós-eleitorais. Foi então que se percebeu que no condado de Palm Beach (suficiente, na ocasião para determinar quem seria o próximo presidente dos E.U.A) havia problemas com os boletins de voto: muitos deles revelavam hesitações e marcações duplicadas (no caso concreto — porque varia... — os votos eram expressos pela furo feito com uma punção num cartão). A razão para essa dupla marcação prendia-se com o design do boletim de voto (dito “butterfly”, graças à sua forma), que induziu muitos eleito-

res menos atentos a votar noutro candidato (Buchanan) e não na sua escolha (Gore). A listagem dos pares de candidatos, interpolados e organizados em duas colunas, uma à esquerda e outra à direita da linha destinada à marcação do voto, induzia aqueles que queriam votar na terceira linha a fazerem-no, inadvertidamente, na segunda. Os que percebiam o erro “a meio” do acto de furar, tentavam corrigi-lo, dando assim origem aos tais votos duplicados. Os que não chegaram a aperceber-se, terão contribuído, contra sua vontade, para a votação inusitadamente expressiva do candidato de extrema-direita Pat Buchanan.

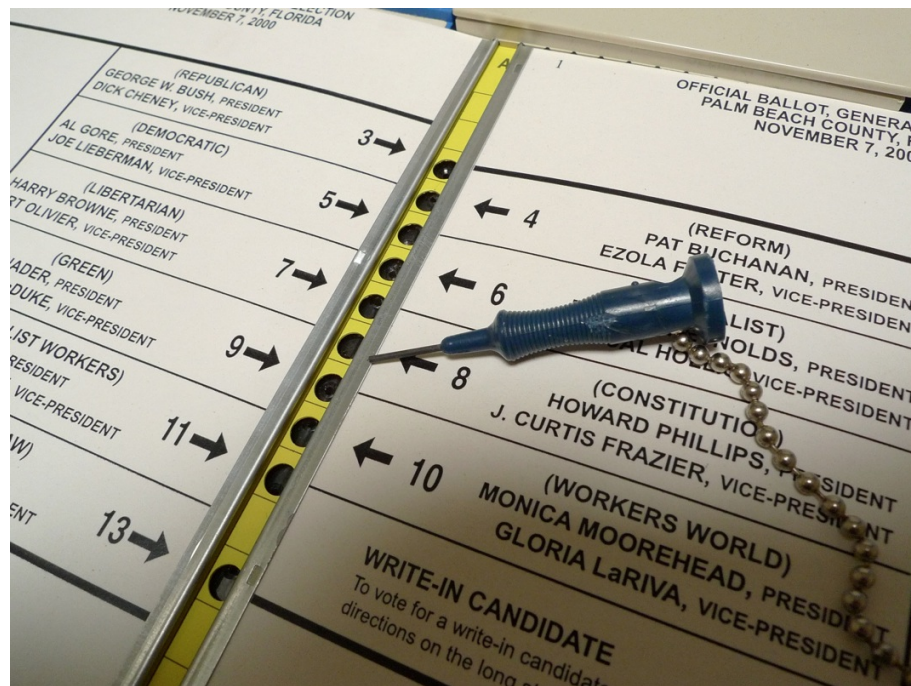


Fig. 49 | O boletim de voto modelo “butterfly” de Palm Beach County (2000). O segundo furo correspondia ao voto no “ticket” do Partido Reformista (Pat Buchanan / Ezola Foster), e não no “ticket” do Partido Democrata (Al Gore / Joe Lieberman) segundo na lista da esquerda.

O desfecho é conhecido: Bush ganhou a eleição na Florida por uma diferença de quinhentos e trinta e sete votos e foi eleito o quinquagésimo quarto presidente dos Estados Unidos da Améri-

ca (apesar de a nível nacional ter tido menos 543.895 votos do que o candidato derrotado — outra peculiaridade do sistema eleitoral americano, com as suas reminiscências exóticas do século XVIII).

Não podemos garantir que o mundo fosse um sítio melhor hoje, se o resultado tivesse sido outro. Talvez a América tivesse sido atacada a 11 de Setembro de 2001 (ou noutro dia qualquer), talvez tivesse atacado o Iraque com o pretexto de destruir armas inexistentes. Talvez afinal o envolvimento com os compromissos ambientais (de que Gore se tornaria um activo e destacado activista) acabasse por não ser substancialmente diferente, tivesse sido ele o eleito. Não sabemos, nunca saberemos.

Mas sabemos que o mundo em que vivemos hoje é, em grande parte, resultado daquela eleição. E que o resultado daquela eleição é a consequência directa de um equívoco de design. Um enorme equívoco.

### 2.3.2. O design do poder

Apesar de uma incompreensão muitas vezes patentes os Estados e as forças políticas de uma forma geral, recorrem historicamente ao design. No século XX esse recurso tornou-se progressivamente mais consciente e *desenhado*.

Duma utilização inicial, primária, do design (de comunicação, diríamos hoje) como instrumento de propaganda política, de que abundam casos notáveis na primeira metade do Século XX — associados à implantação e promoção de regimes totalitários; até à utilização dos ensinamentos e instrumentos do marketing comercial ao serviço do marketing político — desenvolvimento evidente a partir do segundo pós-guerra e em curso ainda hoje — o design foi adquirindo diferente importância, numa sua valên-



cia secundária (que não menor), a partir do momento em que foi sendo encarado pelos governos como instrumento essencial do crescimento económico das nações e, conseqüentemente, da sua afirmação nos cenários geo-estratégicos da economia global.

*“All political forces in democratic and non-democratic states make significant use of the persuasive potential of communication design and the power of the visual image to persuade populations of a particular political idea and a vision of the future, and to encourage them to identify themselves as members belonging to a particular communal project. [...] In all political campaigns the assessment of color schemes, typography, graphic icons, and TV presentations, through to the hairstyles, glasses, and clothes worn by politicians, the tone of a politician’s voice and so on has become a quasi-science, employing psychologists and designers in the quest to present a perfectly packaged message. In postindustrial democracies, political campaigns are almost entirely design events with less and less left to chance.”*<sup>200</sup> (Marshall, 2008, pp.109-110)

Muitos estados, a maioria, não passam de um nível de utilização inicial de cariz propagandístico. Outros, poucos, há muito perceberam que é possível levar esse envolvimento — e até o proveito propagandístico — a um nível mais elaborado. Parece-nos possível estratificar, brevemente, esses diversos patamares de envolvimento, adaptando o conceito de “*design ladder*” desenvolvido em 2003 no *Dansk Design Centre* com o intuito de estudar a

---

**200** Todas as forças políticas em estados democráticos e não-democráticos fazem uso significativo do potencial persuasivo do design de comunicação e do poder da imagem visual para persuadir as populações de uma particular ideia política e de uma visão de futuro, e para as encorajar a identificarem-se como membros de um projecto comunitário [...] Em todas as campanhas políticas o manancial de esquemas cromáticos, tipografia, ícones gráficos e apresentações televisivas, passando pelos estilos de penteado, óculos, e roupas vestidas pelos políticos, o tom da voz do político, etc., tornou-se quase-ciência, empregando psicólogos e designers na tentativa de apresentar uma mensagem perfeitamente embalada. Nas democracias pós-industriais, as campanhas políticas são quase integralmente eventos de design com cada vez menos coisas deixadas ao acaso. [T.L.]

relação das empresas dinamarquesas com o design e as consequências económicas desse envolvimento que consiste numa estratificação do nível de relações, representada em quatro níveis<sup>201</sup>, do não-envolvimento com o design até ao uso de design como estratégia. Se usássemos aquele modelo para classificar o envolvimento dos Estados com o design poderíamos ter a seguinte estratificação:



Fig. 50 | Desfile militar em Pyongyang

---

**201 Stage One: No Design** Design plays little or no role in product or service development. For instance, product and service development is performed by personnel who are not design professionals. The utility of the end-user tends not to be considered. § **Stage Two: Design as Styling** Design is only relevant in terms of aesthetic considerations such as style, appearance and ergonomics. Sometimes professional designer may be involved but styling will be predominantly purchased internally or from professionals in other sectors. § **Stage Three: Design as a Process** Design is considered in terms of a process or method in product or service output but is only employed at the initial stages of development. The design solution is procured externally and is adapted to the requirements of the end-user using a multidisciplinary approach. § **Stage Four: Design as Strategy** Design is integral to a company's continuous renewal of their business concept as a means of encouraging innovation. The design process is fused with the company's key objectives and plays a role at every stage of development. (Ddc, 2011 [2003])

Num **primeiro nível** — a que chamaríamos *instrumental secundário* — o Estado socorre-se do design, sobretudo do design de comunicação nas suas várias vertentes, para construção de uma imagem idealizada da mensagem política (a “*perfectly packaged message*” de que fala Tim Marshall) ou do cenário futuro que se queira apresentar aos cidadãos e ao mundo, tal como na maior parte dos estados totalitários.

Num **segundo nível** — a que chamaríamos *instrumental primário* — o Estado socorre-se do design, de todos os tipos de design, mas com particular destaque da arquitectura, mais visível e perene, para construir uma imagem sedutora de um país, região ou cidade, através da edificação de ícones, pólos de turismo cultural ou agregadores de indústrias criativas (o exemplo mais citado é o Guggenheim de Bilbao, mas o mais consistente serão os *Grands Travaux* para Paris encomendados por François Mitterrand.)

Num **terceiro nível** — a que chamaríamos *estrutural* — o Estado fomenta o recurso ao Design, de todos os domínios do Design, para melhorar a produção nacional, o desempenho económico das empresas, aumentando a sua competitividade interna e externa e actuando positivamente sobre a qualidade dos bens, sobre o tecido económico e social e sobre a balança comercial. Mas também para aumentar a qualidade de vida das populações, alterar processos produtivos e suprir carências locais.

Finalmente, num **quarto nível** — a que chamaríamos *identitário* — o dos casos, muito poucos, em que o Estado foi capaz de transformar ou aproveitar esse valor qualificador e transformador do Design, numa imagem global do próprio país, e num factor integrante da identidade nacional ou regional.



São os casos insistentemente reiterados do requinte francês na moda e no mercado dos produtos de luxo; da inventividade e bom gosto italianos; do rigor alemão nos produtos tecnológicos; do humanismo escandinavo nos objectos de uso doméstico, etc. Esse uso identitário do design acaba por tornar-se no design do país, com óbvios benefícios para a imagem e economia nacionais.

### 2.3.3. Um caso normal

Infelizmente, no caso português tem-se oscilado entre o segundo e o terceiro nível. A ideia de um design *estrutural* nunca foi uma aposta consequente e continuada — nunca se materializou numa política de design — e o pouco que houve, acabou. Está cancelado ou, na melhor das hipóteses, está suspenso.

Aquando das últimas eleições legislativas procurámos medir o nível desse (des)interesse e, nomeadamente, verificar se ele era transversal a todas as forças políticas ou se havia propostas diferentes nas forças políticas que não costumam ter acesso ao poder ou sequer à representação parlamentar. Decidimos assim realizar uma análise dos programas eleitorais das forças políticas candidatas às Eleições para a Assembleia da República. (Monteiro, 2011) O esforço parecia condenado à partida e a expectativa ingénua. Primeiro, porque os programas e manifestos eleitorais não são, segundo a prática local instituída, coisa para tomar à letra; segundo, porque parecia ingénua a própria expectativa: não está o design, afinal, sempre ausente do discurso político? E seria legítimo, de qualquer modo, esperar encontrá-lo explicitamente mencionado em programas eleitorais que tratam de problemas *com outra dimensão*?

À primeira objecção, poderia responder-se que, precisamente por causa dessa prática, a menção ao design seria uma manifestação de intenções quase inócua, sem consequências políticas, pelo que um futuro incumprimento, acaso fosse notado, sê-lo-ia apenas por alguns. À segunda, poderia contrapor-se que era precisamente essa ausência que se procurava confirmar. E quanto à dimensão, o nosso ponto de partida era, como é ainda, o de que o design tem importância mais do que suficiente para dever constar nos programas eleitorais dos partidos.

Pareceu-nos, portanto, que seria sempre relevante atender ao que diziam esses programas, precisamente porque estaríamos a lidar com a “versão ideal” do que cada força política teria a oferecer ao país. Idealmente, estaríamos a lidar com visões para o país, e o que queríamos verificar era, exactamente, se o design integrava essas visões.

Não precisamos de nos socorrer da ciência política: a experiência basta para saber que, no caso das forças políticas do chamado *arco da governação*, essa “versão ideal” desenha-se omitindo ou mitigando, com palavras dúbias, as “medidas impopulares” e engrandecendo as ideias consensuais e as propostas que possam ser de maior agrado do eleitorado. No caso das forças políticas que se têm situado fora (e à esquerda) do dito “arco”, as medidas são mais politicamente programáticas, e eventualmente menos condicionadas pela perspectiva de terem de ser postas em prática no curto prazo. Mas o design não tem anti-corpos como teria, por exemplo, a inclusão de qualquer intenção de aumentar os impostos, na idade da reforma ou de alterar a lei do aborto.

Uma referência ao design seria, na pior das hipóteses, inofensiva, mas, com alguma probabilidade, até seria bem-vinda como um toque de “modernidade”. Ou seja, em qualquer caso, se o design

constasse das reais preocupações e intenções das forças políticas, não haveria quaisquer motivos, antes pelo contrário, para que não constasse nos programas eleitorais. E ainda assim, se subsistissem dúvidas sobre a aplicabilidade daquilo que se propusesse, sobre as reais intenções por trás das palavras, não seriam diferentes das que sempre existem sobre outros assuntos.

O procedimento utilizado partiu da pesquisa simples do termo “design” nos programas e manifestos eleitorais das forças políticas com representação parlamentar concorrentes às eleições legislativas de 5 de Junho de 2011.<sup>202</sup>

Perante a quase inexistência de resultados com a pesquisa simples por “design”, entendeu-se ser útil complementar aquela pesquisa com outras, que pudessem revelar a expressão de preocupações próximas, ainda que formuladas com recurso a outros termos (“indústrias criativas ou culturais”, “inovação”, “I&D”); ou pôr em contexto a ausência de referências ao termo “design” por confronto com a menção a outros termos (“indústria”, “cultura”, “ciência”). O que se pretendia, afinal, era verificar se a ausência de referências ao design se resumia à não-utilização da palavra, ou se, pelo contrário, correspondia de facto a uma total ausência de pensamento sobre domínios em que o design intervém ou pode intervir. Como mecanismo de controlo, fez-se também uma pesquisa com a palavra “arquitectura”, para verificar o que se passava com um domínio que, por um lado, está

---

**202** Todos os programas foram consultados na sua versão final em PDF, disponíveis nos sítios das várias forças. No caso da *Coligação Democrática Unitária* (CDU), consultaram-se os programas/manifestos das duas forças que compõem a coligação: o *Partido Comunista Português* (PCP) e o *Partido Ecologista “Os Verdes”* (PEV). No caso do programa do PCP, este era identificado como sendo igual ao apresentado às eleições de 2009.

próximo do design e, por outro, costuma ser vítima (disso se queixam os seus profissionais) do mesmo tipo de desconhecimento por parte dos poderes políticos (apesar de evidentes progressos em anos recentes). A verdade é que esse controlo não permitiu concluir grande coisa, a não ser que a indiferença face ao tema era similar; isto apesar da grande diferença que existe ao nível do reconhecimento social das duas actividades/disciplinas e de, por exemplo, já estar consagrada uma Política Nacional de Arquitectura no Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território de Setembro de 2007.

Quanto ao design, quase não se encontrou. Apenas um dos programas partidários, o do *Partido Social Democrata* (PSD), de longe o mais extenso e detalhado, usava o termo uma única vez. Fazia-o, ainda assim, de forma passageira, como uma espécie de adjectivo para dar força ao que se pretendia reforçar (a importância da relação universidade-indústria):

*Dinamização de um Programa Universidade-Indústria de forma a criar uma imagem positiva para a indústria portuguesa nos jovens do ensino superior e universitário; indústria, nos nossos dias, é criatividade, design, conhecimento, inovação e não manufactura massificada [...]* (Partido Social Democrata, 2011, p.61)

Da redacção muito pouco clara da frase, não ficava evidente o que se pretendia, mas aparentemente seria alguma coisa relacionada com atrair jovens para a indústria (explicando-lhes que indústria, hoje-em-dia, é sinónimo de coisas modernas e atractivas...) Ou seja, o design é invocado — como parece sempre ser seu destino ou maldição — como adorno de outra coisa, como argumento de venda, como a carapaça cosmética da máquina.

Noutros pontos do mesmo programa, porém, fazia-se referência a aspectos relacionados com a inovação empresarial, nomeadamente no ponto 2.4 (“Estimular a competitividade empresarial”),

em que um dos eixos de acção se prendia com o propósito de desenvolver um “Plano Integrado de Inovação e Empreendedorismo” cujo objectivo seria o de

*impulsionar o financiamento, a colaboração universidade/empresa, a procura e mentalidade empreendedora nos âmbitos da inovação e empreendedorismo em Portugal [e outro respeitante ao] desenvolvimento de um conjunto de actuações sectoriais para apoiar os três pilares sectoriais fundamentais para a captura destas oportunidades externas: recuperação e dinamização dos clusters tradicionais de exportação – diferenciar e promover o produto tradicional Português ou seja ‘sofisticação na tradição’; [...] Aposta na exportação de serviços e competências de excelência desenvolvidas no mercado doméstico – assegurar novos mercados para capacidades com procura deprimida em Portugal; [...] Promoção de novos clusters orientados às novas tendências globais – lançar os novos produtos Portugal. [...] Promoção de novos clusters orientados às novas tendências globais – lançar os novos produtos Portugal.* (Partido Social Democrata, 2011, pp.48-49)

No programa do CDS – *Partido Popular* (CDS-PP) destacava-se a referência repetida, e algo inesperada, às indústrias culturais e criativas<sup>203</sup>, às quais se atribuía um papel fundamental ao serviço do objectivo de “*pôr a economia a crescer*”. Pelas razões inversas, também surpreendeu o facto de ser o programa do Partido Comunista Português (PCP) aquele que mais vezes mencionava I&D. Fazia-o, porém, sempre de forma genérica, como:

*O programa do PCP identifica o crescimento económico como um de três objectivos de uma política de desenvolvimento económico*

---

**203** Para aumentar as exportações e diminuir as importações é fundamental que Portugal faça uma aposta radical nos sectores produtivos. [...] é crucial que as políticas públicas se concentrem em áreas em que [...] temos grande potencial competitivo. É o caso [...] das Indústrias Criativas e da Cultura e Lazer. [...] É hoje consensual a importância das indústrias culturais e criativas, como factores de inovação, diferenciação e desenvolvimento - inclusive regional e local -, nomeadamente económico. [...] Nesta área, da cultura de projecto, concepção e criação, a mais-valia é o capital humano qualificado. (Cds / Partido Popular, 2011, pp.29-34)



[...] *Para tal, preconiza, entre outras coisas, uma indústria transformadora moderna e robusta [...] O reforço da componente de I&D na indústria.* (Partido Comunista Português, 2011)

Também no programa do *Partido Socialista* (PS) se encontram apenas formulações genéricas à competitividade da economia e inovação nas empresas, sublinhando-se a intenção de dar continuidade a programas governamentais que intervieram nessas áreas (*Plano Tecnológico*, programas *INOV*, etc.)

	PS	PSD	CDS-PP	PCP	PEV	BE
nº total de palavras de cada programa	19695	64235	25289	25226	2589	6826
Termos	Nº de ocorrências verificadas					
<b>design</b>	0	1	0	0	0	0
<b>indústria</b>	1	23	10	13	2	0
<b>empresas</b>	33	231	49	44	4	12
<b>competitividade</b>	(25) 16	(102) 18	(9) 1	(10) 5	0	(3) 1
<b>inovação</b>	(15) 15	(49) 21	(8) 4	(3) 2	0	0
<b>I&amp;D</b>	1	6	0	8	0	1
<b>investigação</b>	(7) 4	(29) 24	(6) 0	(21) 15	1	(2) 1
<b>ciência</b>	(5) 5	(5) 5	0	(10) 10	0	(1) 1
<b>indústrias criativas / culturais</b>	0	1	4	1	0	0
<b>cultura</b>	(15) 11	(27) 14	(19) 3	(24) 23	0	(1) 0
<b>arquitectura</b>	0	(3) 0	0	0	0	0

Fig. 51 | **Quadro síntese** - Ocorrências da palavra "design", e de termos relacionados, nos textos de programas e manifestos eleitorais das forças políticas com representação parlamentar concorrentes às eleições legislativas de 5 de Junho 2011. (Nos termos em que aqueles termos podiam ser utilizados em contextos temáticos diferentes apresentam-se dois valores: o primeiro, entre parêntesis, indica o número total de ocorrências da palavra no texto do programa/manifesto; o segundo, diz respeito às ocorrências que, de entre essas, entendemos serem relevantes para a nossa análise. Por exemplo: não se considera relevante a ocorrência da palavra "cultura" se fazendo parte de uma expressão como "cultura de rigor"; mas já se considera relevante se ocorre numa frase como "Nesta área, da cultura de projecto, concepção e criação...")

Nos programas do *Bloco de Esquerda* (BE) e do PEV, e para além da ausência do design, verifica-se a quase total ausência de refe-

rências a “indústria”, “inovação”, “competitividade”, “indústrias criativas/culturais” ou, até, “cultura”.

Por fim, e procurando não cometer o mesmo pecado que tantas vezes é atribuído aos media — o de desprezar os movimentos e partidos mais pequenos — procurámos ainda verificar da existência a referências ao termo “design” nos programas das forças políticas sem representação parlamentar (nem todas as forças tinham programas disponíveis para consulta), tendo verificado que também estes não faziam qualquer referência ao design. E até a referência solitária<sup>204</sup> que constava no programa de 2009 do *Movimento Esperança Portugal* (MEP) tinha desaparecido.

As esparsas conclusões que se puderam retirar deste estudo (e que se apresentaram oportunamente (Monteiro, 2011)) são afinal as que a realidade permitia — o levantamento de uma quase-inexistência.

A evidência desta ausência (que já se temia) é apenas a confirmação do fosso que existe entre a retórica da *inovação*, do *crescimento económico*, do *valor acrescentado*, da *qualidade*, da *competitividade* e a efectiva compreensão do papel decisivo que o design pode e deve ter para perseguir aqueles objectivos.

Os poderes políticos em Portugal estão muito longe de compreender a importância e o papel instrumental que o design deve desempenhar para que se concretizem tantas coisas cuja urgência se vai proclamando.

---

**204** Incentivo às exportações de bens transaccionáveis e à internacionalização das empresas portuguesas, particularmente das PME's, reforçando o papel da Agência para Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) nesta matéria, no sentido do: § 1. Subida na cadeia de valor por via da incorporação da inovação e da tecnologia e aposta no design e no marketing dos bens produzidos em Portugal, designadamente através de uma melhor articulação entre as Universidades e as empresas. (Movimento Esperança Portugal, 2009)

Haverá um outro modo de aferir o entendimento público do design. Uma outra dimensão, a juntar aos quatro degraus da nossa versão política do *design ladder*, que intersecta os segundo e terceiro (e que pode, idealmente, ser uma manifestação do quarto), relacionada com o papel do design na governança. Ou seja, a forma como o Estado usa o design para se relacionar com os cidadãos, através dos objectos e serviços que servem de interface entre estes e os serviços da administração pública. Houvesse um melhor entendimento da função do design, e pô-lo ao serviço da boa governança deveria ser um objectivo dos governos e uma exigência dos cidadãos. Poderia, por exemplo, ser o tema da *aposta no design de 2014*.

Os cidadãos são quotidianamente confrontados com dificuldades de relacionamento com a *máquina administrativa* (e com as máquinas que a servem) que, em muitos casos, resultam de problemas de design. Porém, isso não é nada evidente para os cidadão utilizadores (como pode confirmar-se no nosso primeiro inquérito, em que muitos poucos respondentes consideram importante o design de um portal das Finanças) e também não é nada evidente para os poderes públicos portugueses. O papel do design dos serviços do Estado quase nunca passa de uma utilização cosmética, superficial, que não se traduz em qualquer ganho funcional, antes em gastos desnecessários de recursos — pense-se no exemplo recente da reformulação da imagem da ADSE (um serviço cuja sustentabilidade financeira tem sido tantas vezes posta em causa), tão infeliz quanto desnecessária. Um raro exemplo do contrário parece ser<sup>205</sup> o portal *e-fatura* do Ministé-

---

205 O seu lançamento é recente, pelo que o histórico de funcionamento é curto para que se possa afirmá-lo com segurança.

rio das Finanças, cujo interface é invulgarmente claro e eficaz para os padrões habituais na administração do Estado.



Fig. 52 | Portal "e-fatura" do Ministério das Finanças (2014)

A esse título, é significativo que o portal electrónico do governo do Reino Unido tenha ganho em 2013 o mais importante prémio de design inglês promovido pelo *Design Museum* de Londres. A atribuição do prémio foi explicada por Joanna Agerman Ross, editora-principal da revista *Disegno* e membro do júri, que respondeu nestes termos a quem criticou a escolha do inesperado vencedor em detrimento de candidatos mais "vistosos":



*[...] In fact it is exactly this expectation of design to be obviously designed and flashy that proves why Gov.uk is such a worthy winner of Designs of the Year. Competitions like these aren't beauty contests. They are highlighting what design is and can be, but above all they are giving a taster of the times in which we live. The fact that the award nominations highlighted the largely anonymous and mundane, but well-designed and sometimes genius is a victory for the ideology of design. [...] Contrary to some of the news reports, Gov.uk is an exercise in both design and aesthetics. Several years of research, design development and programming have gone into the launch of this website that looks, on the surface, rather simple. But this is exactly its intention. [...] Its design should appeal and work for a demographic as broad as the population of the UK and in order to make it as user-friendly, fast and accessible as possible, the design is a process of reduction.*<sup>206</sup>

(Ross, 2013)

O argumento decisivo (sobre a circunstância inglesa mas com ressonâncias em muitas outras geografias) é ideológico. Uma visão política do design, que premeia uma meritória iniciativa de design do governo (note-se que o trabalho é da autoria de um serviço do próprio governo), é aproveitada para enviar ao mesmo governo uma mensagem (política) sobre a importância das políticas culturais e de design.

---

<sup>206</sup> De facto é exactamente essa expectativa de que o design seja algo obviamente desenhado e vistoso que prova por que é que o Gov.uk é um vencedor tão justo do Design of the Year. Prémios como este não são concursos de beleza. Eles sublinham o que o design é e pode ser, mas acima de tudo dão uma amostra dos tempos em que vivemos. O facto das nomeações terem destacado o altamente anónimo e mundano, mas bem desenhado e, por vezes genial, é uma vitória da ideologia do design. [...] Contrariamente ao que dizem algumas notícias, Gov.uk é um exercício de design e estética. Vários anos de pesquisa, desenvolvimento de design e programação foram investidos no lançamento deste sítio que à superfície parece bastante simples. Mas essa é exactamente a sua intenção [...] O seu design deve agradar e funcionar junto de uma demografia tão vasta como a do Reino Unido, e para o tornar tão amigável, rápido e acessível quanto possível, o design é um processo de redução. [T.L.]

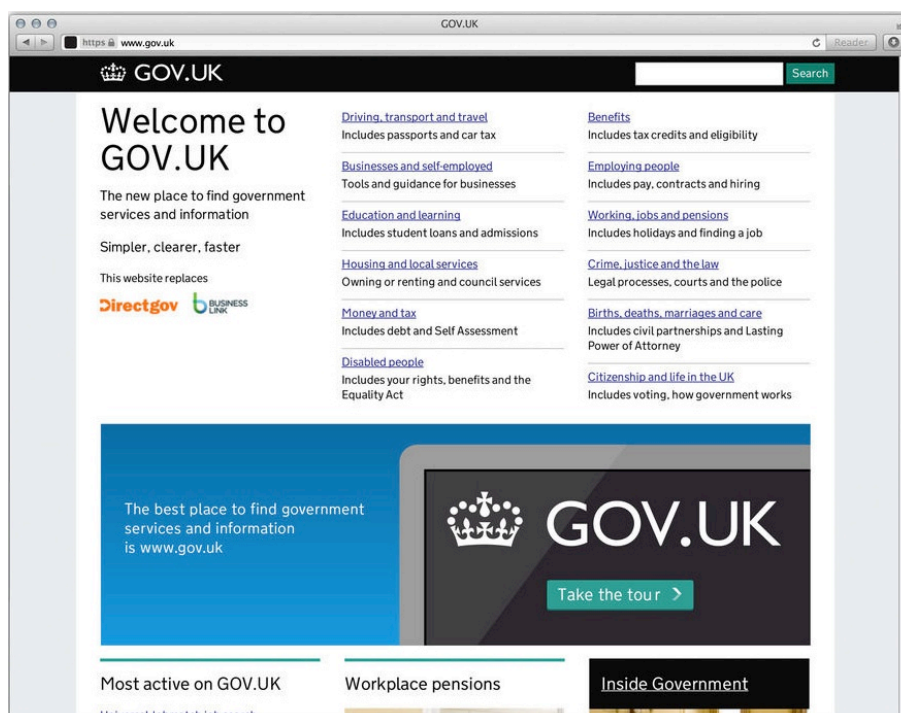


Fig. 53 | **Government Digital Service**, Imagem do portal do governo do Reino Unido, *Design of the Year 2013*

*Maybe most importantly, Gov.uk is a pragmatic response to a vastly inefficient system that was confusing to navigate and difficult to decipher. [...] And, most poignantly, at a time when the funding for arts and design education is being cut, this win is a timely reminder that the Government should think twice about its actions' implications for society.<sup>207</sup> (op.cit.)*

**207** Talvez mais importante, Gov.uk é um resposta pragmática a um sistema muito ineficiente, confuso para navegar e difícil de decifrar. [...] E, mais comoventemente, num momento em que os fundos para artes e educação do design são cortados, esta vitória é um oportuno lembrete de que o governo deveria pensar duas vezes sobre as implicações das suas acções para a sociedade. [T.L.]

## Uma cadeira simbólica

Foi noticiada recentemente, nos jornais e nos noticiários televisivos, uma iniciativa do Pólo de Industriais de Mobiliário de Paredes em oferecer umas cadeiras *feitas à medida* a algumas personalidades nacionais e internacionais. O propósito da iniciativa não era claro mas teria certamente a ver com a promoção da qualidade do mobiliário português e, concretamente, com a promoção da indústria do sector de Paredes. Foi particularmente fotografada a cadeira destinada ao Presidente da República, que se fez retratar junto dela com a Primeira Dama (que se sentou).

Esta cadeira e a encenação que a envolveu é uma boa metáfora para a relação dos políticos com o design.

Para o poder, o design tem sido sobretudo isto: uma cadeira. Uma cadeira de que não se gosta muito, que não se percebe muito bem, mas que, de tempos a tempos, em ocasiões especiais e quando há fotógrafos na sala, se finge apreciar. O design representa a “modernidade” que é importante transmitir. Também, ao propor-se a este papel, o design(er) partilha as culpas. Assumindo um lugar meramente decorativo e simbólico, no Palácio de Belém ou na casa de uma figura mediática, menoriza-se e confunde(-se) sobre o seu papel.

O exemplo concreto não seria mais elucidativo se o tivéssemos fabricado nós: a notícia publicada no sítio do mais antigo e afamado semanário português, repete, sucessivamente o mesmo erro, escrevendo “desing” em vez de *design* e “desginer” em vez de *designer*. Ainda que seja só uma gralha repetida como resultado de *copy+paste*, não deixa de ser isso mesmo — uma palavra que se percebe mal e que se repete sem se compreender plenamente.





Aníbal Cavaco Silva é uma das 11 personalidades nacionais e estrangeiras agraciadas com uma cadeira personalizada, integrada na exposição internacional "Art On Chairs", um projeto do Polo do Desing de Mobiliário de Paredes, em parceria com Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR).

A cadeira de Cavaco, desenhada pelo conceituado designer de interiores portuense Paulo Lobo, é uma peça de trabalho, "simples e austera", conforme solicitou o Presidente da República em conversa pessoal com o autor.

A peça de mobiliário, que chegou tapada esta manhã à Presidência da República, foi desvendada pelo próprio Cavaco Silva, na presença do *designer* da peça e dos responsáveis pelo Polo do Desing de Mobiliário de Paredes, uma iniciativa de nicho com a qual o município de Paredes quer marcar a diferença e conquistar o mercado estrangeiro.

#### Protótipos para Manoel de Oliveira, Mourinho e Ronaldo

Além de Cavaco Silva, serão ainda contemplados com uma cadeira de autor outras dez personalidades, cada qual concebida por um *designer* de renome e hoje anunciadas.

Maria Bethânia (Paolo Rizzato), Marisa (Alessandro Mendi), Mia Couto (Luigi Baroli), Ramos Horta (Riccardo Dalisi), Souto Moura (Desing Factory- Carlos Santos), Manoel de Oliveira (Paulo Deganello), Luciano Benetton (Luís Pereira Miguel), Cristiano Ronaldo (Nini Andrade da Silva), José Mourinho (Indy Design - Rui Pedro freire e José Luís Ferreira) e Zalmay (Arquitectos Anónimos) são os restantes famosos que nos próximos meses receberão uma cadeira à sua altura.

Cada protótipo contará com apenas duas réplicas - uma ficará no museu do Polo de Design e outra será leiloadada, em local a definir, após a exposição internacional da "Art On Chairs", cuja verbas reverterão para o ACNUR, presidido por António Guterres.



A cadeira feita à medida das indicações do Presidente Cavaco Silva

Lusa

Fig. 54 | Recorte do semanário *Expresso* de sobre as ofertas de cadeiras de "desing" [sic] a várias personalidades famosas.

Enquanto vai entrando, assim, esporádica e simbolicamente, nos salões do poder, o design continua a não entrar onde mais interessaria: nos ministérios, nas autarquias, nas organismos públicos, nas empresas. Duradoura e efectivamente.





#### 2.3.4. *Uma situação existente* / perspectiva 2

##### Algumas considerações sobre os resultados do Inquérito 2

Com o segundo inquérito, realizado a um grupo de profissionais de design (as circunstâncias da sua realização encontram-se, mais uma vez, detalhadas nos anexos), pretendeu-se aferir de que forma estes sentem que o design (enquanto actividade profissional que exercem e enquanto disciplina) é afectado por entendimentos equivocados ou divergentes.

Procurou-se fazê-lo a partir de um grupo heterogéneo (no que toca à idade, à experiência profissional e às áreas de especialização), para assim ser possível cotejar as diferentes sensibilidades. Nos anexos, e para além dos resultados globais, incluem-se alguns relatórios parcelares que se entenderam ser mais relevantes: relatórios separados para designers seniores e designers juniores (com mais e menos de dez anos de prática, respectivamente), bem como um relatório autónomo para design de moda, outro para design de interiores e outros para os restantes. A razão para esta individualização prende-se com o facto de, depois de termos realizado relatórios parcelares para os vários campos, termos constatado que era aqui nestes domínios (particularmente em design de interiores) que se verificam os maiores desvios relativamente às médias globais.

Quanto aos resultados do inquérito, parece-nos que é particularmente relevante começar por constatar a ideia quase unânime (94%) de que **o design tem ganho visibilidade** (os respondentes deveriam considerar o tempo decorrido desde o início da sua formação profissional até hoje).

7. “O design tem ganho visibilidade.”



A esse aumento de visibilidade não parece corresponder, na mesma medida, uma melhor percepção do que é o design pela generalidade das pessoas. Ainda assim, a maioria das respostas (57,5%) vão no sentido de achar que **a generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design.**

8. “A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design.”

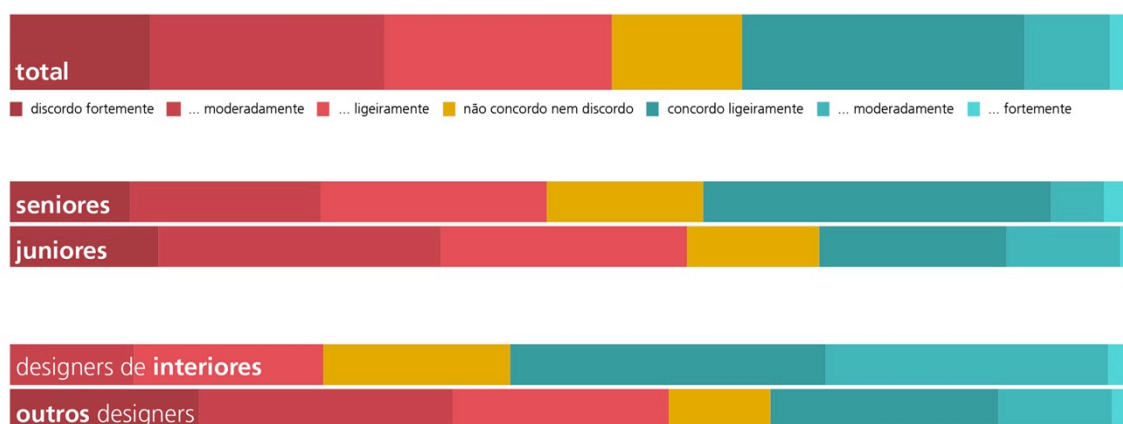


Esta apreciação maioritariamente “optimista”, contradiz parcialmente um dos nossos pressupostos — o da incompreensão generalizada do design. Porém, e como veremos adiante, as respostas seguintes parecem estar em contradição com esta.

É o caso das respostas à questão 9 das quais pode deduzir-se o entendimento de que: ou os designers têm a classe política em tão má conta que entendem que os mesmos têm uma capacidade de entendimento menor do que a generalidade das pessoas; ou há uma efectiva contradição entre as respostas a esta questão e à questão 8. Efectivamente, em vez dos 57,5% da resposta anterior agora apenas 35% acham que percepção do design melhorou. Ao contrário, 53,3% acham que **os poderes políticos e outros decisores percebem pior o design.** Nesta questão nota-se uma diver-

gência significativa entre os designers seniores e os designers juniores, com os últimos a serem mais críticos desses poderes. Os designers de interiores, por sua vez, são mais generosos com a

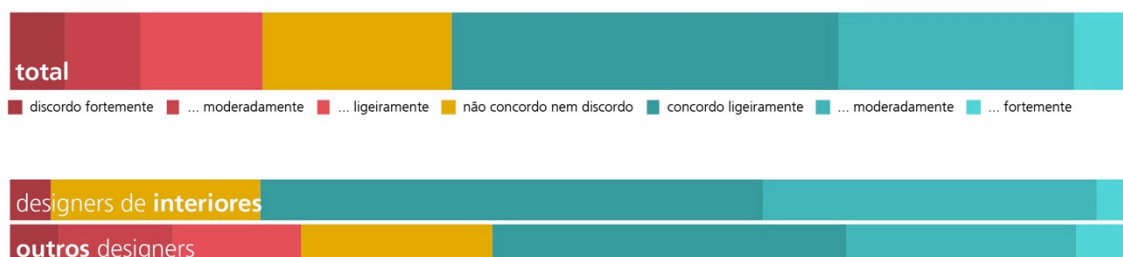
9. “Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design.”



evolução que os políticos terão feito a este respeito.

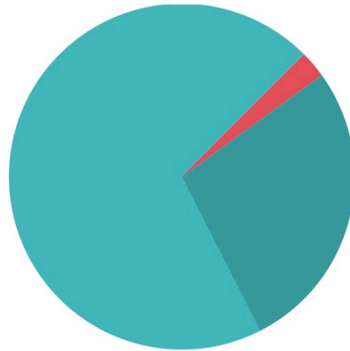
Em aparente consonância com as respostas à questão 8 (e também em contradição com o que defendemos no trabalho), na questão 10 uma maioria (60,8%) entende que **a fama do design tem melhorado**. Os designers de interiores claramente que acham isto mais que os outros (74%), contribuindo para que o valor global caia para o lado positivo.

10. “A fama do design tem melhorado.”



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que o **design** é mal compreendido?  
12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a **função do design** é mal compreendida?

11. A compreensão do **design**



12. A compreensão da **função**



seniores



juniões



designers de interiores

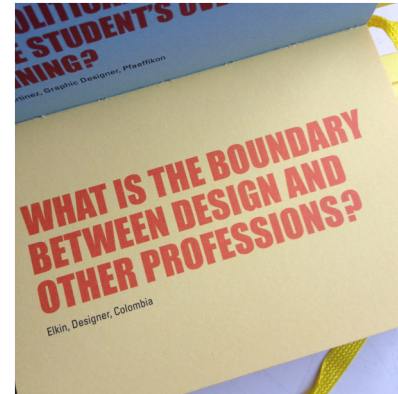


outros designers



Porém, mais uma vez, as respostas contradizem-se. Na questão 11, há uma clara maioria— 70% se considerarmos aqueles que respondem “frequentemente”, 97,5% se lhes somarmos os que respondem “por vezes” — que acha que **o design é mal compreendido**. Valores muito próximos daqueles que consideram que **a função do designer é mal compreendida** na questão seguinte (também aqui se verifica uma ligeira divergência geracional e de especialidade, com os designers mais experientes e os de interiores a não sentirem tão grande dificuldade para se fazerem

entender.) Na primeira parte deste trabalho, no subcapítulo 2.1, exploramos a possibilidade de o design ser *um caso singular* no que toca à incompreensão de que será vítima tendo em conta a sua grande (e crescente, como confirmámos mais acima) visibilidade. É sobre essa eventual singularidade que incide a questão 13: há uma pequena maioria (54,2%) que entende que, de facto, ela existe, que **o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas**. Os designers de interiores tendem a achar isto menos do que os outros.



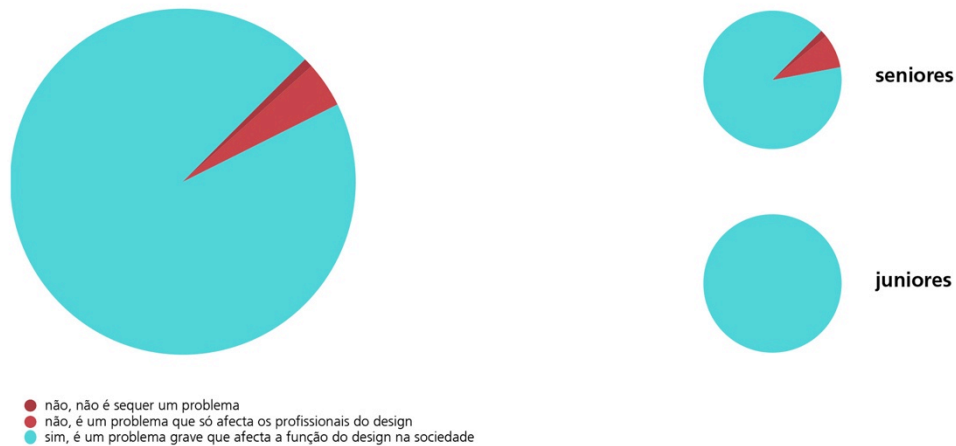
13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?



E, mais importante, quase 95% das respostas vão no sentido de dizer que **essa incompreensão é um problema grave que afecta a função do design na sociedade**. Ora este é um resultado inequívoco (ainda que possa ser algo contraditório com algumas respostas anteriores — custa conciliá-lo com a ideia de que *a fama do design tem melhorado*, por exemplo), e que nos parece ser, talvez, o resultado mais importante deste inquérito: uma clara noção de que há um problema que impede o design de

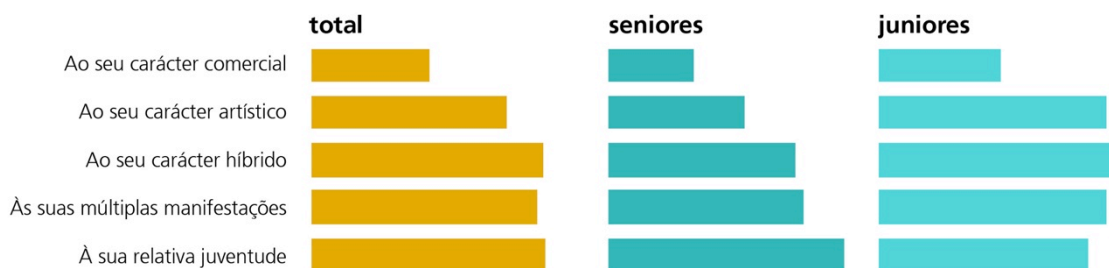
desempenhar plenamente a sua função (no caso das resposta dos designers “mais novos” o valor atinge os 100%).

14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?



Quanto às causas que justificam essa incompreensão, elas parecem ser várias, e todas são consideradas com pesos aproximados (com excepção da opção que a relaciona com o carácter comercial do design, que parece suscitar menos reservas). Os designers juniores responsabilizam o carácter artístico e a hibridez, muito mais do que os seus colegas mais velhos; preferindo estes, por sua vez, responsabilizar a relativa juventude da disciplina.

15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?



Sendo esta uma questão semi-aberta, também parece interessante citar algumas das razões que, para além das propostas, foram adiantadas. Apesar de muitas destas respostas poderem ser enquadradas nalguma opção de resposta, acabam por ser ilustrativas. Assim, umas atribuem a responsabilidade ao contexto (i.e. ao atraso cultural na sociedade portuguesa):

*Cultura e sentido crítico baixo da generalidade da população § Atraso da sociedade portuguesa (provincianismo); Ignorância da sociedade § Ignorância dos decisores: Políticos, empregadores, e clientes § Défice cultural de público e decisores e dificuldade dos designers em se autopromoverem na sociedade § O incorrecto uso do termo Design, relacionando-o quase exclusivamente à estética § falta de referências culturais § ignorância § pela incompreensão da sua utilidade e necessidade*

outras à disciplina:

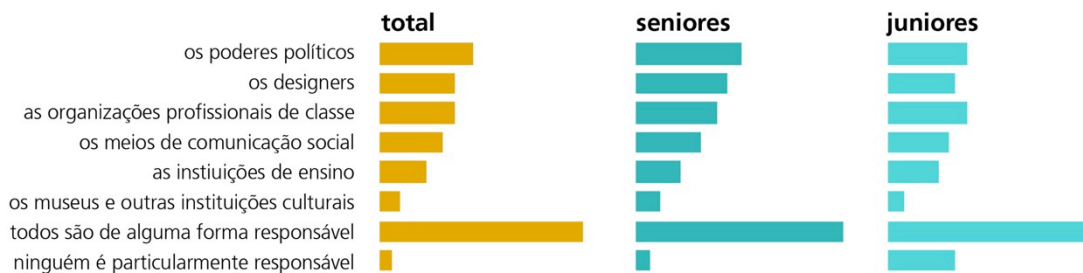
*Ao facto de ainda requerer algum amadurecimento enquanto disciplina científica § Confusão entre aparência e design § ao seu valor e tempo de concepção § à sua abrangência e mutabilidade § às áreas em que se aplica*

outras ainda aos designers ou à profissão:

*Falta de enquadramento legal e pelo comportamento dos designers § Exaltação de maus exemplos de/a intervenção do Design § a especialização da formação; carácter multidisciplinar, indefinição das suas fronteiras com outras disciplinas § falta de regulamentação da profissão; não ter uma Ordem, uma regra § Ao facto de não haver uma certa regulamentação/limites dentro da profissão. Não defendo a existência de uma ordem, mas alguma identidade que defenda os direitos da profissão (ex: regulamentação de estágios, não existir uma tabela de preços regulamentada e aprovada no parlamento sobre como taxar serviços de design) § Custo § ética § às formas da sua exploração comercial*

Estas últimas razões, muito auto-críticas, também se reflectem nas respostas à questão 16 que, logo após os poderes políticos,

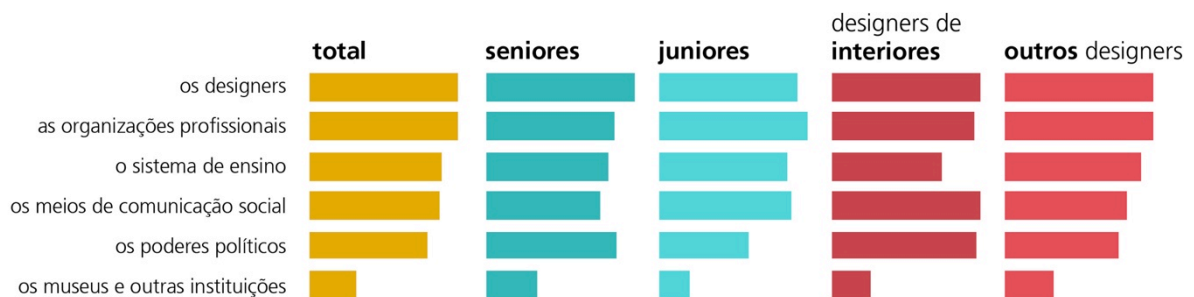
16. Na sua opinião, quem é o responsável por essa incompreensão que afecta o design?





indicam que **são os designers e as organizações profissionais de classe os principais responsáveis pela incompreensão que afecta o design**. Refira-se que os designers juniores desculpabilizam-se, preferindo responsabilizar as organizações profissionais da classe em consonância com os poderes políticos.

17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção público do design?

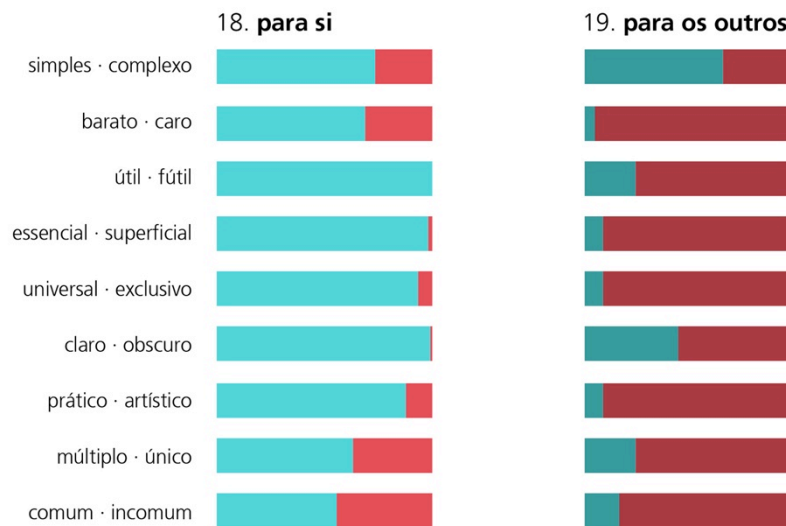


E este sentimento é sublinhado pelos resultados da questão 17, de onde se infere que **devem ser os designers e as organizações profissionais de classe a dar o contributo decisivo para alterar essa percepção**. O que decorre deste entendimento e desta clareza — que também confirma uma ideia nossa (não expressa na tese, mas já objecto de reflexão noutras ocasiões) — é, parecem-nos, extremamente positivo, pois pode permitir *substituir a situação existente por uma situação preferível*. Nas respostas a esta questão também é interessante sublinhar a falta que os designers juniores sentem das organizações profissionais, ao mesmo tempo que não depositam qualquer esperança em contributos que possam provir dos poderes políticos (mesmo se acreditam na influência positiva dos meios de comunicação social). Ao contrário, os designers seniores ainda depositam responsabilidades nos poderes políticos, o que talvez possa ser

lido como uma crença na necessidade de uma política integrada de design. Também os designers de moda e de interiores parecem dar maior importância ao papel dos media.

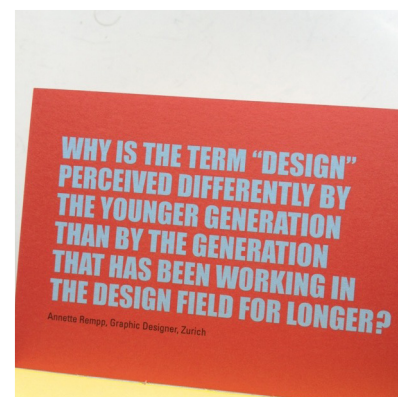
18. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que, **para si**, melhor representa a essência do design.

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que **a generalidade das pessoas** mais frequentemente associa a design.



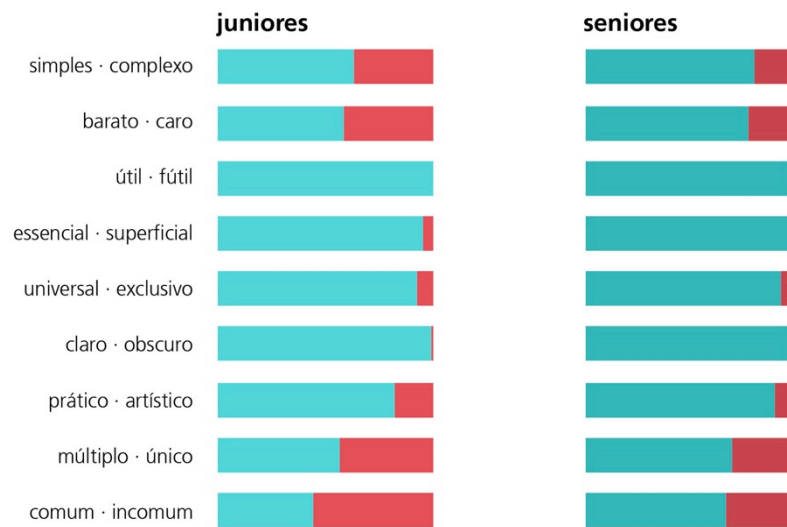
Nas questões 18 e 19, fica evidente como **a visão que os designers têm do design** — *simples, essencial, útil, barato, universal, claro, prático e múltiplo* — **é oposta daquela que eles acham ser a dos não-designers** — *complexo, superficial, fútil, caro, universal, obscuro, artístico e único*.

Será interessante notar algumas ligeiras diferenças existentes entre as percepções próprias de “novos” e “veteranos”, sendo que a visão destes últimos parece — no peso dos termos “barato” em detrimento de “caro”, ou “múltiplo” em vez de “único”, por



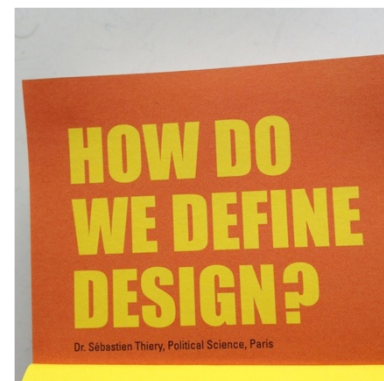
exemplo — ligada a um entendimento mais *puro* da disciplina, o que pode ter a ver com uma formação académica/profissional mais próxima dos valores modernos).

18. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que, **para si**, melhor representa a essência do design.



Seja como for, há uma total sintonia no que toca à questão fundamental — o design significa duas coisas opostas, quando visto *de dentro* e *de fora*. E isso só pode ser, não temos dúvidas, um problema grave.

Finalmente, e quanto aos termos que melhor traduzem a palavra *design* não há grandes surpresas, embora também aqui os designers com maior experiência revelem preferência pelos termos com maior tradição no discurso disciplinar, dando a primazia a *projecto* em detrimento de *concepção* e dando maior relevo a *desenho* do que os seus colegas mais novos. ***Concepção, função e projecto*** são os termos preferidos, e *aparência, estilo e moda*, são quase invariavelmente relegados para o fim, por essa ordem (excepto no caso dos designers de moda que, compreensivelmente, colocam a palavra *moda* acima de estilo e aparência.)



## 2.4. Sumário

Neste capítulo abordámos os aspectos relacionados com aquilo a que chamámos *forma*, *fama* e *função do design*, e as relações e tensões que se criam entre elas. No capítulo *forma* tratámos dos elementos “biográficos” do design que lhe atribuem identidade — a(s) palavra(s) que o nomeia(m); as proposições que, mais do que defini-lo, sublinham a sua pluralidade; as origens, igualmente múltiplas, consoante o pressuposto que se adopte. Essa “biografia” incerta — por razões etimológicas, historiográficas, ideológicas, etc. — acabará por ser mais um factor perturbador da comunicação do design, que se reflecte na *fama*. No capítulo assim intitulado, tratámos dos entendimentos comuns de design, nos valores que o termo adquiriu nas últimas décadas, à escala global, de como passou a ser sinónimo de luxo e de ostentação, e como tal, valorizado por uns e deplorado por outros. Ilustrámos essas questões da fama com alguns exemplos que, pela sua eloquência, nos parecem poder tornar claro aquilo em que o design, em grande parte, se transformou. Para aferirmos a percepção pública de design e a existência de entendimentos diversos sobre a disciplina, realizámos um inquérito junto de um universo estudantil heterogéneo, com graus diferenciados de familiaridade com o tema, e ainda no capítulo *fama* comentámos os aspectos mais relevantes dos seus resultados. No capítulo *função* abordámos as tarefas que se impõem ao design, cumprida a de se fazer entender. Partindo de um exemplo irrefutável de como o (mau) design pode mudar o mundo e, consequentemente, a vida de muitos milhões de pessoas, procurámos sublinhar como, ao contrário, pode ser um instrumento fundamental ao serviço das políticas e da governança. Um instrumento fundamental para a qualidade das democracias e para o desenvolvimento das socie-

dades. A partir de uma adaptação do *design ladder*, desenvolvido pelo *Dansk Design Center* para classificar o nível de cometimento das empresas com o design, propomos uma classificação do envolvimento dos Estados com o design. A partir da análise de programas eleitorais e do programa do Governo em exercício percebemos de que modo esse envolvimento é pouco mais que inexistente. E, finalmente, adiantámos de que modo(s) o design pode ser um instrumento decisivo para o desenvolvimento económico dos países e pode melhorar as condições no planeta de cuja transformação tem sido um tão activo protagonista. Para percebermos como estes entendimentos do design são entendidos pelos designers, realizámos um segundo inquérito cujos resultados mais significativos analisámos e comentámos. Tais respostas parecem confirmar que o aspecto de uma adulterada percepção pública do design é, efectivamente, sentida como um problema pela grande maioria dos designers. E que estes reconhecem as suas responsabilidades nessa situação e naquilo que haverá a fazer para a resolver.

## Referências

- ALBRECHT, Donald (1997) - *The work of Charles and Ray Eames : a legacy of invention*. New York: Harry N. Abrams; Library of Congress; Vitra Design Museum.
- BARBOSA, Helena; CALVERA, Anna; BRANCO, Vasco (2010) - The different names for "Design" and their respective meanings in Portugal (18th-20th Centuries). In CÔRTE-REAL, Eduardo, ed. - *The Triumph of Design / O Triunfo do Desenho*. Lisboa: Livros Horizonte; UNICOMD-IADE. pp. 161-167.
- BAUR, Ruedi; BAUR KOCKOT, Vera (2012) - *Design in question : a visual proposal*. Baden: Lars Müller Publishers.
- BAYLEY, Stephen (2000) - *General knowledge*. London: Booth-Clibborn.
- \_\_\_\_ (2000 [1991]) - Taste: the story of an idea. In BAYLEY, Stephen - *General knowledge*. London: Booth-Clibborn. pp. 12-42.
- BONSIEPE, Gui (1991) - The "Ulm Model" in the Periphery. In LINDINGER, Herbert ed.; Hochschule für Gestaltung (Ulm Germany) - *Ulm design : the morality of objects = Hochschule für Gestaltung Ulm, 1953-1958*. 1st MIT Press. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 266-268.
- \_\_\_\_ (1992 [1975]) - *Teoria e prática do design industrial: elementos para um manual crítico*. Ed. rev. e actual. Lisboa: Centro Português de Design. (Design, tecnologia e gestão).
- BONSIEPE, Gui; MCGUIRK, Justin (2013) - Design and democracy. *Disegno*. (Discussão entre Gui Bonsiepe e Justin McGuirk, Nov. 2010, La Plata, Argentina). London: Disegno. n.º 1 pp. 84-87.
- BRANZI, Andrea (1999) - *Introduzione al design italiano: una modernità incompleta*. Milano: Baldini & Castoldi.
- BUCHANAN, Richard (1995) - Rhetoric, Humanism, and Design. In Buchanan, Richard; Margolin, Victor - *Discovering design: explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 23-68.
- BÜRDEK, Bernhard E. (2006) - *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Editora Blücher.
- CARDOSO, Rafael (2004) - *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Editora Blücher.
- CASTELNUOVO, Enrico, ed. (1989) - *Storia del disegno industriale*. Milano: Electa.
- CDS / PARTIDO POPULAR (2011) - *Manifesto Eleitoral 2011: Este é o momento. Por ti. Por todos. Portugal*. [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW:

- <url:http://esteeomomento.cds.pt/index.php?option=com\_cds&view=medidas&Itemid=5>.
- COLE, Henry; BÁRTOLO, Carlos trad.; MONTEIRO, Pedro Cortesão trad. (2005 [1852]) - On ornament, especially referring to woven fabrics / Sobre o ornamento, particularmente nos tecidos. *Arlíquido: revista de design da Universidade Lusíada de Lisboa*. Lisboa: Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica. Ano/vol. 1, n.º 1 (Outono 2005). pp. 109-115.
- DDC, Dansk Design Centre (2011 [2003]) - Design Ladder. *SEE, Sharing European Experience* [em linha]. [Consult. 2012-03-19]. Disponível em WWW: <url:http://www.seeplatform.eu/images/file/Case%20Study%20pdfs/Design%20Ladder%20-%20SEE%20Case%20Study.pdf>.
- DE FUSCO, Renato (2003 [1985]) - *Storia del design*. Roma: Laterza. (Grandi Opere).
- DORFLES, Gillo (1990 [1963]) - *Introdução ao desenho industrial: linguagem e história da produção em série*. Lisboa: Edições 70.
- EAMES, Charles; EAMES, Ray (1997 [1958]) - *The India Report*. Ahmedabad: National Institute Of Design.
- ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim (2008) - Design. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Board of International Research in Design, BIRD; Birkhäuser. pp. 104-109.
- FALLAN, Kjetil (2010) - *Design history: understanding theory and method*. Oxford; New York: Berg.
- FLUSSER, Vilém (2010) - *Uma filosofia do design: a forma das coisas*. Lisboa: Relógio d'Água.
- FORTY, Adrian (1995) - *Objects of desire: design and society since 1750*. London: Thames and Hudson.
- \_\_\_\_ (2004) - *Words and buildings: a vocabulary of modern architecture*. London: Thames & Hudson.
- GIEDION, Siegfried (1948) - *Mechanization takes command: a contribution to anonymous history*. New York: Oxford University Press.
- GREENHOUGH, Horatio (1957 [1852]) - *Form and Function: Remarks on Art, Design and Architecture*. Berkeley: University of California Press.
- \_\_\_\_ (1958 [1852]) - *The travels, observations, and experience of a Yankee stonecutter*. Gainesville, Fla.: Scholars' Facsimiles & Reprints.
- GRUDIN, Robert (2010) - *Design and truth*. New Haven: Yale University Press.
- HESKETT, John (1980) - *Industrial design*. London: Thames & Hudson.



- \_\_\_\_ (2003) - *Toothpicks and logos: design in everyday life*. Oxford: Oxford University Press.
- HOLANDA, Francisco de (1985 [1571]) - *Da ciência do desenho*. [Lisboa]: Livros Horizonte.
- HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manuel de Melo (2002) - *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- ICSID, International Council of Societies of Industrial Designers, , ([2002?]) - *Definition of design* [em linha]. [Consult. 2013-10-10]. Disponível em WWW: <url:<http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>>.
- KIRKHAM, Pat (1995) - *Charles and Ray Eames: designers of the twentieth century*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- KIRKHAM, Pat; WEBER, Susan (2013) - *History of design: decorative arts and material culture, 1400-2000*. New Haven; London: Bard Graduate Center.
- LINDINGER, Herbert (1991) - Ulm: Legend and living idea. In LINDINGER, Herbert ed.; Hochschule für Gestaltung (Ulm Germany) - *Ulm design : the morality of objects = Hochschule für Gestaltung Ulm, 1953-1958*. 1st MIT Press. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 9-13.
- MACEDO, Carla; PEREIRA, Amândio; COSTA, Marco (2011) - [Entrevista] Emoções práticas. *Máxima Interiores* [em linha]. [Consult. 2014-01-24]. Disponível em WWW: <url:<http://www.maximainteriores.xl.pt/0211/gent/300.shtml>>.
- MALDONADO, Tomás (1991) - *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore.
- \_\_\_\_ (1993) - *El diseño industrial reconsiderado*. 3ª ed. rev. y ampliada. México: G. Gili S.A. (GG diseño).
- \_\_\_\_ (1999) - *Design Industrial*. Lisboa: Edições 70. (Arte & Comunicação 69).
- MARGOLIN, Victor (1989) - Introduction. In MARGOLIN, Victor, ed. - *Design discourse : history, theory, criticism*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 3-28.
- MARI, Enzo (1974) - *Proposta per un' autoprogettazione*. Simon International.
- \_\_\_\_ (2011) - *25 modi per piantare un chiodo*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.
- MARSHALL, Tim (2008) - Design and politics. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Birkhäuser. pp. 109-112.
- MEYER, Hannes (2002 [1928]) - Building. In CONRADS, Ulrich - *Programs and manifestoes on 20th-century architecture*. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 117-120.

- MOHOLY-NAGY, László (1947) - *Vision in motion*. Chicago: Theobald.
- MONTEIRO, Pedro Cortesão (2007) - Design design: para lá do vento fútil. *Arlíquido: revista de design da Universidade Lusíada de Lisboa*. Lisboa: Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica. Ano/vol. 1, n.º 1 (Outono 2005). pp. 7-14.
- \_\_\_\_ (2011) - O design ao poder?: uma leitura partidária dos programas eleitorais para as eleições legislativas de Junho de 2011 In CIPED, Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 6, Lisboa, 2011 - *Actas do VI Congresso Internacional de Pesquisa em Design*. Lisboa: CIPED.
- MOURA, Mário (2014) - Call Center Gurmê. *The Ressabiator* [em linha]. [Consult. 2014-01-06]. Disponível em WWW: [<url:http://ressabiator.wordpress.com/2014/01/03/call-center-gurme/>](http://ressabiator.wordpress.com/2014/01/03/call-center-gurme/).
- MOVIMENTO ESPERANÇA PORTUGAL (2009) - *Programa eleitoral do Movimento Esperança Portugal, Legislativas 2009: Para construir Portugal* [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW:  [<url:http://mep.pt/programa/programa-legislativas>](http://mep.pt/programa/programa-legislativas).
- MUMFORD, Lewis (1963 [1934]) - *Technics and civilization*. New York; Burlingame: Harcourt, Brace & World.
- NADER, Ralph (1965) - *Unsafe at any speed; the designed-in dangers of the American automobile*. New York: Grossman.
- NOBLET, Jocelyn de (1993) - *Design, miroir du siècle*. Paris: Flammarion.
- PAPANEK, Victor (1985 [1971]) - *Design for the real world: human ecology and social change (second edition, completely revised)*. Chicago: Academy Chicago Publishers.
- PARTIDO COMUNISTA PORTUGUÊS (2011) - *Programa eleitoral do PCP, Legislativas 2009: um programa de ruptura, patriótico e de esquerda* [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW:  [<url:http://www.cdu.pt/2011/programa-eleitoral-do-pcp-%C3%A0s-elei%C3%A7%C3%B5es-legislativas-2009>](http://www.cdu.pt/2011/programa-eleitoral-do-pcp-%C3%A0s-elei%C3%A7%C3%B5es-legislativas-2009).
- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (2011) - *Programa eleitoral: mudar Portugal — recuperar a credibilidade e desenvolver Portugal* [em linha]. p. 244. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW:  [<url:http://www.psd2011.com/programa\\_eleitoral.asp>](http://www.psd2011.com/programa_eleitoral.asp).
- PEVSNER, Nikolaus (1991 [1936]) - *Pioneers of modern design*. Middlesex: Penguin Book.
- RAIZMAN, David Seth (2003) - *History of modern design: graphics and products since the Industrial Revolution*. London: Laurence King.

- RAWSTHORN, Alice (2013) - *Hello world: where design meets life*. London: Hamish Hamilton.
- REMAURY, Bruno (2006) - Les usages culturels du mot Design. In Flament, Brigitte - *Le design: essais sur des théories et des pratiques*. Paris: Institut Français de la Mode. p. 362.
- ROBERTS, J. M. (2007) - *The New Penguin History of the World*. 5th ed. updated and revised by Odd Arne Westad. London: Penguin.
- ROSS, Johanna Agerman (2013) - Why Gov.uk won. *Disegno.Daily* [em linha]. [Consult. 2013-04-25]. Disponível em WWW: <url:http://disegnodaily.com/opinion/why-gov-uk-won>.
- SILVA, António Sena da (2009 [1982]) - Design e circunstância. In Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa, ed.; Coutinho, Bárbara, co-aut. - *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. pp. 214-219.
- SIMON, Herbert A. (1996 [1969]) - *The sciences of the artificial*. Cambridge, Massachussets; London: M.I.T. Press.
- SIMON, Herbert A.; PEREIRA, Luís Moniz, trad. (1981 [1969]) - *As ciências do artificial*. Coimbra: Arménio Amado, Editor, Sucessor.
- SPITZ, René (2008) - Function. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Birkhäuser. pp. 175-177.
- STECKER, Robert (2000) - Is it reasonable to attempt to define art? In CARROLL, Noël - *Theories of art today*. Madison: University of Wisconsin Press. pp. 45-64.
- SULLIVAN, Louis H. (1896) - The tall office building artistically considered. *Lippincott's monthly magazine*. Philadelphia: J.B. Lippincott Co. n.º 339 (Mar. 1896) pp. 403-409.
- TORRENT, Rosalía; MARÍN, Joan M. (2005) - *Historia del diseño industrial*. 1ª. Madrid: Cátedra. (Manuales arte Cátedra).
- VAN DE VELDE, Henry (1978 [1916]) - *Formules de la beauté architectonique moderne*. Bruxelles: Archives d'architecture moderne.
- WALKER, John A. (2010 [1989]) - Design history and the history of design. In LEES-MAFFEI, Grace; HOUZE, Rebecca - *The design history reader*. English ed. Oxford: Berg. pp. 279-285.
- WATSON Jr., Thomas ([1973]) - Good design is good business. *IBM 100* [em linha]. [Consult. 2013-07-07]. Disponível em WWW: <url:http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/icons/gooddesign/>.
- ZIMMERMANN, Yves (1998) - *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

### 3. Considerações finais

---

No início deste trabalho havia a ideia de que um assunto que há muito nos atormentava diariamente — nas notícias dos jornais, nos discursos políticos, nas conversas com alunos, nas exposições de museus, etc. —, podia passar das conversas circunstanciais entre pares e de um ou outro texto de alcance restrito, e ser motivo de um trabalho mais aprofundado feito no âmbito da universidade. O assunto, depois traduzido na nossa hipótese, era quase todo em tons negros. Sinteticamente: *há um problema com o design e esse problema afecta irremediavelmente a sua utilidade*. Mas também havia, desde o início, uma ideia otimista de que aquele é um problema que, mesmo que lenta e parcialmente, pode ser resolvido.

Na primeira parte do trabalho, explorámos parte das razões que estão na génese desse problema, nomeadamente as que se ligam à

“invisibilidade” do design; à sua condição peculiar de coisa ubíqua e ignorada; à sua gênese artística e aos seus sucessivos encontros e desencontros com a arte; e à possibilidade de, depois de décadas de lenta e sustentada afirmação, se encontrarem no regresso a uma ambição e práticas artísticas e autorais, as raízes para a recente “má fama” da disciplina.

Na segunda parte, procurámos essas razões noutros aspectos, relacionados com os significados originais e adquiridos da palavra *design*, com as múltiplas manifestações da disciplina, com as interpretações equívocas da sua natureza e função, com a forma como esses equívocos atravessam transversal e verticalmente o tecido social, como transpiram dos actores políticos que, não só não os combatem, como os disseminam.

Pudemos verificar, pelos resultados do primeiro inquérito efectuado, algumas das discrepâncias que tínhamos intuído entre as visões “internas” do design e as visões daqueles que vêm a disciplina (ou, sobretudo, aquilo que relacionam com os seus resultados materiais) de um ponto de vista exterior.

A partir dos resultados do segundo inquérito, pudemos observar em maior detalhe e com maior segurança (por se tratar de um universo de profissionais e não de estudantes) a perspectiva que os designers têm dessas disparidades entre o seu entendimento e os entendimentos dos *outros*. Mais importante: pudemos confirmar que não eram descabidas as nossas intuições iniciais — os designers não têm dúvidas de que o design tem ganho visibilidade, e embora se dividam quanto às vantagens dessa visibilidade, reconhecem que o design é quase sempre mal-interpretado. Para os designers parece incontroverso que aquilo que eles vêm como essencial é, para a maioria das pessoas, acessório. Não estão em causa diferenças de grau, mas sim, na maior parte dos

casos, oposições extremas na escala que vai do imprescindível ao irrelevante. Uma larga maioria considera que as dificuldades que decorrem dessas interpretações erróneas transcendem a afirmação e exercício da profissão, e de facto limitam decisivamente a efectiva capacidade que o design tem de desempenhar o seu papel na sociedade.

Dividem-se quanto às razões e responsáveis por esses equívocos, bem como sobre a quem competirá resolvê-los. Porém, se há alguém que tem uma responsabilidade acrescida, que é mais responsável que os outros, esse alguém — é essa a opinião generalizada — são os próprios designers. O que nos leva àquilo que dissemos mais acima, e que tem a ver com a nota mais optimista da nossa investigação: não são muitos os grupos de profissionais ou até, genericamente, de cidadãos que, sentindo-se afectados por um problema comum, tenham a capacidade e a grandeza de perceber que 1) são eles os primeiros responsáveis por resolver o problema; 2) tenham os meios para o fazer.

Esta segunda afirmação carece de explicação e não decorre directamente dos inquéritos: os designers são especialistas na resolução de problemas; é isso, antes de qualquer outra coisa, que os define enquanto profissionais. Este problema — comunicar de forma clara uma coisa que, pelos vistos, é complexa e difícil de perceber — integra-se no tipo de problemas que os designers estão, como ninguém, capacitados para resolver — ou seja, é um problema de design! A questão do design é (também) um problema de design. Está na hora, então de tratar de o resolver. Tornar evidente o que é evidente. Tornar claro o design. É um desígnio que nos responsabiliza a todos, a começar, naturalmente, por quem aqui o afirma.

Como afirmamos na Introdução, o governo em funções declarou recentemente a intenção de apostar fortemente no design durante o ano de 2014. Mas, como também lá dizemos, a regressão em toda a linha das políticas públicas e a inexistência de instrumentos que permitam implementar uma qualquer política nesta área, levam a temer que, mais uma vez, fiquemos por proclamações ocas ou por um conjunto desconexo e mal-amanhado de “eventos” avulsos, que reduzam o design ao ramalhete de equívocos do costume: a enésima apresentação (no inevitável jargão da Gestão) dos mesmos “casos de sucesso”; umas quantas iniciativas, bem-intencionadas mas contraproducentes, de associações de empresários locais; alguma conferências ou exposição com umas estrelas internacionais e a chancela do Presidente da República; e a inevitável iniciativa simbólica (e cara) que envolva redesenhar um coisa que não precisa de ser redesenhada, mas que sirva para deixar para a posteridade *a marca* da iniciativa. Se for isso — e já será muito — sairemos de 2014, “ano do design”, exactamente como entrámos. Seja só isso ou até algo mais que isso, é quase certo que o design não passará a ser percebido — por governantes e governados — de forma distinta. E em 2015 voltaremos a tropeçar, ao ritmo anterior, nos equívocos do costume e talvez em mais alguns.

O que há a fazer, estamos convictos, é algo que transcende em muito os prazos de caducidade temporal dos anos temáticos. Continua a ser nossa convicção que Portugal necessita com urgência de uma política de Design. Uma política pública, mas também uma política com outros actores: universidades, instituições privadas, organizações (de) profissionais ou grupos de cidadãos. Uma tal política de Design, terá sempre que incluir um

diagnóstico mais exaustivo que permita verificar, a uma escala maior e junto de outros universos, alguns dos aspectos abordados no nosso estudo. Desaparecido o organismo que estaria vocacionado para liderar esse processo — o Centro Português de Design —, e não se vislumbrando outro que possa vir a desempenhar esse papel, estará nas universidades, e nos centros de investigação a elas ligados, a responsabilidade de encarar essa tarefa.

Temos a convicção que esta nossa investigação pode constituir um contributo válido para esse trabalho que há a fazer, um ponto de partida para algo maior, a realizar por um grupo mais alargado de pessoas: um diagnóstico da percepção pública de design em Portugal.

O inquérito que realizámos pode constituir uma base para, com os indispensáveis acertos, inquirir agentes políticos e culturais, profissionais dos meios de comunicação social, docentes do sistema dos vários graus de ensino e outros grupos específicos de cidadãos, que possam ser decisivos para a caracterização e alteração dessas percepções públicas.

Não defendemos uma ideia puritana de design, até porque não é expectável nem desejável que o design abandone a sua ligação com a criação de valor acrescentado ou com o lucro empresarial. O fito do lucro, atingido por meio da vantagem concorrencial dos produtos qualificados pelo design, esteve na génese da actividade, da profissão e da disciplina. Esse poder real do design foi sendo verificado e comprovado ao longo dos tempos. Nem sempre retirou daí a fama e o proveito, mas aos poucos a sua importância foi-se tornando incontornável para alguns.



Ao longo do último meio século o design tomou consciência real do seu poder, mas também das suas responsabilidades à medida que foram ficando mais evidentes os subprodutos da sociedade industrializada (problemas ambientais, destruição de indústrias e expressões locais, exploração de mão-de-obra barata pelas grandes empresas industriais, depredação de recursos, etc.). Desde aí os designers começaram a questionar o seu papel na lógica suicidária do sistema de consumo, ao mesmo tempo que se aperceberam das possibilidades que as suas competências lhes abrem para poderem, caso queiram, intervir de forma activa na sociedade. Ao nível do bairro, da cidade, do país ou do planeta. O design não pode mudar o mundo (de uma vez), mas sempre que tiver oportunidades deveria continuar a transformar situações existentes em situações preferíveis.

Acreditamos ser missão de todos os que crêem numa função superior do design lutar por resgatá-lo do exílio dourado onde o têm mantido sequestrado, distraído dos problemas do mundo, dos problemas dos outros, entretido com as suas *designer drugs* e as suas *designer girls* com *designer bodies* em *designer jeans*. Não devemos continuar a agir como se as indefinições e os equívocos do design não fossem importantes e não houvesse nada que pudéssemos fazer para procurar resolvê-los. Não podemos continuar a comportar-nos como se esta **questão do design** não existisse e não fosse um problema (de design). Existe. E é.

## Bibliografia

---

- ADAJIAN, Thomas (2012) - The Definition of Art. In ZALTA, Edward N., ed. - *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. (Winter 2012 Edition), [Consult. 2012-08-15]. Disponível em WWW:  
<url:http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/art-definition/>.
- ALBRECHT, Donald (1997) - *The work of Charles and Ray Eames : a legacy of invention*. New York: Harry N. Abrams; Library of Congress; Vitra Design Museum.
- BARBOSA, Helena; CALVERA, Anna; BRANCO, Vasco (2010) - The different names for "Design" and their respective meanings in Portugal (18th-20th Centuries). In CÔRTE-REAL, Eduardo, ed. - *The Triumph of Design / O Triunfo do Desenho*. Lisboa: Livros Horizonte; UNICOMD-IADE. pp. 161-167.
- BARTHES, Roland (1957) - *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil
- BATTEUX, Charles (1749) - *Les beaux-arts réduits à un même principe (moderne)*. [Em linha]. Paris: Ed. Durand. [Consult. 2013-12-21]. Disponível em WWW:  
<url:http://fr.wikisource.org/wiki/Les\_beaux-arts\_r%C3%A9duits\_%C3%A0\_un\_m%C3%Aame\_principe\_-\_Partie\_1,\_chapitre\_1\_%28moderne%29>.
- BAUDRILLARD, Jean (1968) - *Le système des objets*. Paris: Gallimard.

- BAUR, Ruedi; BAUR KOCKOT, Vera (2012) - *Design in question : a visual proposal*. Baden: Lars Müller Publishers.
- BAYLEY, Stephen (2000) - *General knowledge*. London: Booth-Clibborn.
- \_\_\_\_ (2000 [1991]) - Taste: the story of an idea. In BAYLEY, Stephen - *General knowledge*. London: Booth-Clibborn. pp. 12-42.
- BAZIN, A. (1981) - *Qu'est-ce que le cinéma?* Paris: Éditions du Cerf.
- BELL, Clive (1987 [1914]) - *Art*. Oxford: Oxford University Press.
- BENJAMIN, Walter (1992 [1936]) - A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In BENJAMIN, Walter - *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água. pp. 71-110.
- BLOEMINK, Barbara J.; CUNNINGHAM, Joseph; York, COOPER-HEWITT. National Design Museum. New (2004) - *Design ≠ Art: Functional Objects from Donald Judd to Rachel Whiteread* London; New York Merrell.
- BONSIEPE, Gui (1991) - The "Ulm Model" in the Periphery. In LINDINGER, Herbert ed.; Hochschule für Gestaltung (Ulm Germany) - *Ulm design : the morality of objects = Hochschule für Gestaltung Ulm, 1953-1958*. 1st MIT Press. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 266-268.
- \_\_\_\_ (1992 [1975]) - *Teoria e prática do design industrial: elementos para um manual crítico*. Ed. rev. e actual. Lisboa: Centro Português de Design. (Design, tecnologia e gestão).
- BONSIEPE, Gui; MCGUIRK, Justin (2013) - Design and democracy. *Disegno*. (Discussão entre Gui Bonsiepe e Justin McGuirk, Nov. 2010, La Plata, Argentina). London: *Disegno*. n.º 1 pp. 84-87.
- BRANZI, Andrea (1989) - We are the primitives. In MARGOLIN, Victor, ed. - *Design discourse : history, theory, criticism*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 37-41.
- \_\_\_\_ (1999) - *Introduzione al design italiano: una modernità incompleta*. Milano: Baldini & Castoldi.
- BUCHANAN, Richard (1995) - Rhetoric, Humanism, and Design. In Buchanan, Richard; Margolin, Victor - *Discovering design: explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 23-68.
- BÜRDEK, Bernhard E. (2006) - *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Editora Blücher.
- CALVERA, Anna (2003) - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili.
- CANUDO, Ricciotto (1995 [1917]) - *Manifeste des sept arts suivi de A l'ordre du jour, la censure au cinéma Le public et le cinéma TSF*. Paris: Séguier. (Carré d'art).

- CAPLAN, Ralph (2005 [1982]) - *By design: why there are no locks on the bathroom doors in the Hotel Louis XIV and other object lessons*. 2nd ed. New York: Fairchild Publications.
- \_\_\_\_ (2006) - *Cracking the whip : essays on design and its side effects*. New York: Fairchild.
- CARDOSO, Rafael (2004) - *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Editora Blucher.
- CARROLL, Noël (1999) - *Philosophy of art: a contemporary introduction*. London; New York: Routledge. (Routledge contemporary introductions to philosophy).
- \_\_\_\_ (2000) - *Theories of art today*. Madison: University of Wisconsin Press.
- CASTELNUOVO, Enrico, ed. (1989) - *Storia del disegno industriale*. Milano: Electa.
- CDS / PARTIDO POPULAR (2011) - *Manifesto Eleitoral 2011: Este é o momento. Por ti. Por todos. Portugal*. [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW:  
<url:http://esteeomomento.cds.pt/index.php?option=com\_cds&view=medidas&Itemid=5>.
- CEREZO, José María (2003) - Con el arte a otra parte o cómo acabar de una vez por todas con la cultura del diseño. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 217-229.
- COLE, Henry; BÁRTOLO, Carlos trad.; MONTEIRO, Pedro Cortesão trad. (2005 [1852]) - On ornament, especially referring to woven fabrics / Sobre o ornamento, particularmente nos tecidos. *Arlíquido: revista de design da Universidade Lusíada de Lisboa*. Lisboa: Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica. Ano/vol. 1, n.º 1 (Outono 2005). pp. 109-115.
- COLLINGWOOD, R. G. (1958 [1938]) - *The Principles of Art*. New York: Oxford University Press.
- D'ALEMBERT, Jean Le Rond (2011 [1751]) - Discours préliminaire des éditeurs. In DIDEROT, Denis; D'ALEMBERT, Jean Le Rond ; MORRISSEY, Robert, ed. - *Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, etc.* (Spring 2011 edition), Chicago: University of Chicago: ARTFL Encyclopédie Project. [Consult. 2012-08-02]. Disponível em WWW:  
<url:http://encyclopedia.uchicago.edu/node/88>.
- DAGOGNET, François (2002) - *100 palavras para começar a filosofar*. Lisboa: Teorema. (Teorema Série especial).
- DANTO, Arthur (1964) - The Artworld. *The Journal of Philosophy* [em linha]. vol. 61: n.º 19, pp. 571-584. [Consult. Disponível em WWW:  
<url:http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/visualarts/Danto-Artworld.pdf>.

- DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] (2009) - *A companion to aesthetics*. 2nd ed. Chichester: Wiley-Blackwell.
- DDC, Dansk Design Centre (2011 [2003]) - Design Ladder. *SEE, Sharing European Experience* [em linha]. [Consult. 2012-03-19]. Disponível em WWW: <url:<http://www.seeplatform.eu/images/file/Case%20Study%20pdfs/Design%20Ladder%20-%20SEE%20Case%20Study.pdf>>.
- DE FUSCO, Renato (2003 [1985]) - *Storia del design*. Roma: Laterza. (Grandi Opere).
- \_\_\_\_ (2008) - *El placer del arte comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: GG.
- DICKIE, George (1969) - Defining Art. *American Philosophical Quarterly*. Ano/vol. 6, n.º 3 (Jul. 1969). pp. 253-256.
- \_\_\_\_ (1974) - *Art and the aesthetic: an institutional analysis*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- \_\_\_\_ (1997) - *Introduction to aesthetics: an analytic approach*. New York; Oxford: Oxford University Press.
- \_\_\_\_ (1997 [1984]) - *The Art Circle: A Theory of Art*. Chicago: Spectrum Press (KY).
- \_\_\_\_ (2008) - *Introdução à estética*. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- \_\_\_\_ (2008 [1974]) - What is Art? An Institutional Analysis. In CAHN, Steven M.; MESKIN, Aaron - *Aesthetics: a comprehensive anthology*. Malden, Massachusetts: Blackwell. pp. 426-437.
- DICKIE, George; GUERREIRO, Vitor, trad.; MURCHO, Desidério, rev. cient. (2008) - *Introdução à estética*. 1ª. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- DILNOT, Clive (2010) - *The state of design history, Part I: mapping the field*. Eds. Grace Lees-Maffei, Rebecca Houze. Oxford: Berg. (The design history reader).
- DORFLES, Gillo (1990 [1963]) - *Introdução ao desenho industrial: linguagem e história da produção em série*. Lisboa: Edições 70.
- EAMES, Charles (1972) - *Design Q&A* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (5 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na colectânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.4' [DVD] a partir de entrevista realizada por L. Amic. Chatsworth: Image Entertainment,1993). Tít. [Consult. Date Accessed]. Filme incluído na colectânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.4' [DVD] a partir de entrevista realizada por L. Amic. Chatsworth: Image Entertainment,1993.
- EAMES, Charles ; EAMES, Ray (1952) - *Blacktop: A Story of the Washing of a School Play Yard* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (11 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na colectânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.2' [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment,1989). Tít. [Consult.

- Date Accessed]. Filme incluído na coletânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.2' [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment, 1989.
- EAMES, Charles; EAMES, Ray (1997 [1958]) - *The India Report*. Ahmedabad: National Institute Of Design.
- EAMES, Ray (1981) - *Goods* [Filme em linha]. prod. Office of Charles & Ray Eames, (7 min.): color., son.; 16 mm. (Filme incluído na coletânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.4' [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment, 1993). Tít. [Consult. Date Accessed]. Filme incluído na coletânea 'The Films of Charles & Ray Eames, vol.4' [DVD]. Chatsworth: Image Entertainment, 1993.
- ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim (2008) - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Board of International Research in Design, BIRD; Birkhäuser.
- \_\_\_\_ (2008) - Design. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Board of International Research in Design, BIRD; Birkhäuser. pp. 104-109.
- FALLAN, Kjetil (2010) - *Design history: understanding theory and method*. Oxford; New York: Berg.
- FISHER, John A. (2005) - High art versus low art. In GAUT, Berys Nigel; LOPES, Dominic - *The Routledge companion to aesthetics*. 2nd. ed. London: Routledge. pp. 527-540.
- FLUSSER, Vilém (1999) - *The shape of things: a philosophy of design*. London: Reaktion.
- \_\_\_\_ (2010) - *Uma filosofia do design: a forma das coisas*. Lisboa: Relógio d'Água.
- FORTY, Adrian (1995) - *Objects of desire: design and society since 1750*. London: Thames and Hudson.
- \_\_\_\_ (2004) - *Words and buildings: a vocabulary of modern architecture*. London: Thames & Hudson.
- GIEDION, Siegfried (1948) - *Mechanization takes command: a contribution to anonymous history*. New York: Oxford University Press.
- GREENHOUGH, Horatio (1957 [1852]) - *Form and Function: Remarks on Art, Design and Architecture*. Berkeley: University of California Press.
- \_\_\_\_ (1958 [1852]) - *The travels, observations, and experience of a Yankee stonecutter*. Gainesville, Fla.: Scholars' Facsimiles & Reprints.
- HARRISON, Andrew (2009) - Style. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 544-547.
- HEGEL, G. W. F. (1998) - *Aesthetics: Lectures on Fine Art* [em linha]. vol. 1: [Consult. 2012-08-15]. Disponível em WWW:

- <[url:http://books.google.pt/books?id=ia4itFh1RhsC&lpg=PP1&dq=hegel%20aesthetics&hl=pt-PT&pg=PP1#v=onepage&q=hegel%20aesthetics&f=false](http://books.google.pt/books?id=ia4itFh1RhsC&lpg=PP1&dq=hegel%20aesthetics&hl=pt-PT&pg=PP1#v=onepage&q=hegel%20aesthetics&f=false)>.
- HESKETT, John (1980) - *Industrial design*. London: Thames & Hudson.
- \_\_\_\_ (2003) - *Toothpicks and logos: design in everyday life*. Oxford: Oxford University Press.
- HOLANDA, Francisco de (1985 [1571]) - *Da ciência do desenho*. [Lisboa]: Livros Horizonte.
- HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manuel de Melo (2002) - *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- HURTADO, Rosario (2012) - *Symposium 2012* [em linha]. [Consult. 2013-12-11]. Disponível em WWW: <[url:http://www.weissenhof-institut.abk-stuttgart.de/wordpress/tag/test-3/?lang=en](http://www.weissenhof-institut.abk-stuttgart.de/wordpress/tag/test-3/?lang=en)>.
- HUSWITT, Gary (2007) - *Helvetica* [Filme em linha]. prod. HUSWITT, Gary, Swiss Dots. (80 min.): color., son.; DVD. Tít. [Consult. Date Accessed].
- ICSID, International Council of Societies of Industrial Designers, , ([2002?]) - *Definition of design* [em linha]. [Consult. 2013-10-10]. Disponível em WWW: <[url:http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm](http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm)>.
- JUDD, Donald (1993) - *It's Hard to Find a Good Lamp* [em linha]. [Consult. 2013-06-06]. Disponível em WWW: <[url:http://www.juddfoundation.org/furniture/essay.htm](http://www.juddfoundation.org/furniture/essay.htm)>.
- KINROSS, Robin (1988) - Herbert Read's Art and Industry: a history. *Journal of Design History* [em linha]. vol. 1: n.º 1, pp. 35-50. [Consult. 2013-11-16]. Disponível em WWW: <[url:http://jdh.oxfordjournals.org/content/1/1/35.extract](http://jdh.oxfordjournals.org/content/1/1/35.extract)>.
- KIRKHAM, Pat (1995) - *Charles and Ray Eames: designers of the twentieth century*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- KIRKHAM, Pat; WEBER, Susan (2013) - *History of design: decorative arts and material culture, 1400-2000*. New Haven; London: Bard Graduate Center.
- KRISTELLER, Paul Oskar (1951) - The modern system of the Arts: a study in the history of Aesthetics (Part I). *Journal of the History of Ideas* [em linha]. vol. 12: n.º 4, pp. 496-527. [Consult. 2013-08-13]. Disponível em WWW: <[url:http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707484?uid=3738880&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603](http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707484?uid=3738880&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603)>.
- \_\_\_\_ (1952) - The modern system of the Arts: a study in the history of Aesthetics (Part II). *Journal of the History of Ideas* [em linha]. vol. 13: n.º 1, pp. 17-46. [Consult. 2013-08-13]. Disponível em WWW: <[url:http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707724?uid=3738880&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603](http://www.jstor.org/discover/10.2307/2707724?uid=3738880&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103499664603)>.

- LEVINSON, Jerrold, ed. (2005) - *The Oxford handbook of aesthetics*. Oxford: Oxford University Press.
- LEVINSON, Jerrold (2011 [1990]) - *Music, art, and metaphysics: essays in philosophical aesthetics*. Oxford: Oxford University Press.
- LINDINGER, Herbert (1991) - Ulm: Legend and living idea. In LINDINGER, Herbert ed.; Hochschule für Gestaltung (Ulm Germany) - *Ulm design : the morality of objects = Hochschule für Gestaltung Ulm, 1953-1958*. 1st MIT Press. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 9-13.
- MACEDO, Carla; PEREIRA, Amândio; COSTA, Marco (2011) - [Entrevista] Emoções práticas. *Máxima Interiores* [em linha]. [Consult. 2014-01-24]. Disponível em WWW: <http://www.maximainteriores.xl.pt/0211/gent/300.shtml>.
- MALDONADO, Tomás (1991) - *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore.
- \_\_\_\_ (1993) - *El diseño industrial reconsiderado*. 3ª ed. rev. y ampliada. México: G. Gili S.A. (GG diseño).
- \_\_\_\_ (1999) - *Design Industrial*. Lisboa: Edições 70. (Arte & Comunicação 69).
- MANCHESTER, Elizabeth (2007) - Richard Hamilton: Toaster, 1967. *Tate: Artworks* [em linha]. [Consult. 2013-12-13]. Disponível em WWW: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-toaster-p04253/text-summary>.
- MARGOLIN, Victor (1989) - Introduction. In MARGOLIN, Victor, ed. - *Design discourse : history, theory, criticism*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 3-28.
- MARI, Enzo (1974) - *Proposta per un' autoprogettazione*. Simon International.
- \_\_\_\_ (2011) - *25 modi per piantare un chiodo*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.
- MARSHALL, Tim (2008) - Design and politics. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Birkhäuser. pp. 109-112.
- MEYER, Hannes (2002 [1928]) - Building. In CONRADTS, Ulrich - *Programs and manifestoes on 20th-century architecture*. Cambridge, Mass.: MIT Press. pp. 117-120.
- MOHOLY-NAGY, László (1947) - *Vision in motion*. Chicago: Theobald.
- MOMA, MUSEUM OF MODERN ART. New York; Hunter, Sam (1984) - *The Museum of Modern Art, New York : the history and the collection*. New York: H.N. Abrams; Museum of Modern Art, New York.



- MONTEIRO, Pedro Cortesão (2007) - Design design: para lá do vento fútil. *Arlíquido: revista de design da Universidade Lusíada de Lisboa*. Lisboa: Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica. Ano/vol. 1, n.º 1 (Outono 2005). pp. 7-14.
- \_\_\_\_ (2011) - O design ao poder?: uma leitura partidária dos programas eleitorais para as eleições legislativas de Junho de 2011 In CIPED, Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 6, Lisboa, 2011 - *Actas do VI Congresso Internacional de Pesquisa em Design*. Lisboa: CIPED.
- MOURA, Mário (2014) - Call Center Gurmê. *The Ressabiator* [em linha]. [Consult. 2014-01-06]. Disponível em WWW: <url:http://ressabiator.wordpress.com/2014/01/03/call-center-gurme/>.
- MOVIMENTO ESPERANÇA PORTUGAL (2009) - *Programa eleitoral do Movimento Esperança Portugal, Legislativas 2009: Para construir Portugal* [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW: <url:http://mep.pt/programa/programa-legislativas>.
- MUMFORD, Lewis (1963 [1934]) - *Technics and civilization*. New York; Burlingame: Harcourt, Brace & World.
- MUNARI, Bruno (1978 [1971]) - *Artista e designer*. Roma: Editori Laterza.
- \_\_\_\_ (1979 [1971]) - *Artista e designer*. Lisboa: Editorial Presença. (Coleção Dimensões).
- \_\_\_\_ (1994 [1971]) - *Codice ovvio*. Fossati, Paolo, ed. Torino: Einaudi. (Einaudi letteratura).
- \_\_\_\_ (1994 [1971]) - *Codice Ovvio*. Torino: Giulio Einaudi Editore.
- NADER, Ralph (1965) - *Unsafe at any speed; the designed-in dangers of the American automobile*. New York: Grossman.
- NOBLET, Jocelyn de (1993) - *Design, miroir du siècle*. Paris: Flammarion.
- NOVITZ, David (2009) - Function of art. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 297-301.
- PAPANEK, Victor (1985 [1971]) - *Design for the real world: human ecology and social change (second edition, completely revised)*. Chicago: Academy Chicago Publishers.
- PARRISH, Graydon; SIMKIN, Mikhail (s.d) - *Donald Judd, or Cheap Furniture?* [em linha]. [Consult. 2012-07-18]. Disponível em WWW: <url:http://reverent.org/donald\_judd\_or\_cheap\_furniture.html>.
- PARTIDO COMUNISTA PORTUGUÊS (2011) - *Programa eleitoral do PCP, Legislativas 2009: um programa de ruptura, patriótico e de esquerda* [em linha]. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW: <url:http://www.cdu.pt/2011/programa-eleitoral-do-pcp-%C3%A0s-elei%C3%A7%C3%B5es-legislativas-2009>.

- PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA (2011) - *Programa eleitoral: mudar Portugal — recuperar a credibilidade e desenvolver Portugal* [em linha]. p. 244. [Consult. 2011-05-14]. Disponível em WWW: [http://www.psd2011.com/programa\\_eleitoral.asp](http://www.psd2011.com/programa_eleitoral.asp).
- PEREIRA, Álvaro Santos (2007) - Festival literário internacional\_votos para 2008. *Desmitos* [em linha]. [Consult. 2012-09-18]. Disponível em WWW: <http://desmitos.blogspot.pt/2007/12/festival-literario-internacional-votos.html>.
- \_\_\_\_ (2008) - Calçado nacional. *Desmitos* [em linha]. [Consult. 2012-09-18]. Disponível em WWW: <http://desmitos.blogspot.pt/2008/03/calado-nacional.html>.
- PEVSNER, Nikolaus (1991 [1936]) - *Pioneers of modern design*. Middlesex: Penguin Book.
- PLATÃO (1987 [c. 380 a.C.]) - *A República*. 5a. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- POLANO, Sergio; BULEGATO, Fiorella (2002) - *Achille Castiglioni: complete works*. Milan: Electa Architecture.
- PORTUGAL. Ministério das Finanças (2013) - *Orçamento do Estado para 2014: Relatório*. [Lisboa]: Ministério das Finanças.
- PROVIDÊNCIA, Francisco (2003) - Algo más que una hélice. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 197-213.
- RADER, Melvin; JESSUP, Bertram (1976) - *Art and human values*. Englewood Cliffs; London: Prentice-Hall.
- RADICE, Barbara (2003 [1984]) - Memphis and fashion. In GORMAN, Carma - *The industrial design reader*. New York: Allworth Press. pp. 204-208.
- RAIZMAN, David Seth (2003) - *History of modern design: graphics and products since the Industrial Revolution*. London: Laurence King.
- RAWSTHORN, Alice (2013) - Donald Judd and the Art of Living. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-06-02]. Disponível em WWW: <http://www.nytimes.com/2013/06/03/arts/design/donald-judd-and-the-art-of-living.html?ref=donaldjudd>.
- \_\_\_\_ (2013) - *Hello world: where design meets life*. London: Hamish Hamilton.
- \_\_\_\_ (2013) - Franz West, a Sculptor Who Defied Categories. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-08-18]. Disponível em WWW: [http://www.nytimes.com/2013/08/19/arts/design/Franz-West-a-Sculptor-Who-Defied-Categories.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/08/19/arts/design/Franz-West-a-Sculptor-Who-Defied-Categories.html?_r=0).

- READ, Herbert (1934) - *Art and industry: the principles of industrial design*. London: Faber & Faber.
- REMAURY, Bruno (2006) - Les usages culturels du mot Design. In Flamand, Brigitte - *Le design: essais sur des théories et des pratiques*. Paris: Institut Français de la Mode. p. 362.
- ROBERTS, J. M. (2007) - *The New Penguin History of the World*. 5th ed. updated and revised by Odd Arne Westad. London: Penguin.
- ROSENBERG, Harold (1983) - *The De-Definition of Art*. Chicago: University of Chicago Press.
- ROSS, Johanna Agerman (2013) - Why Gov.uk won. *Disegno.Daily* [em linha]. [Consult. 2013-04-25]. Disponível em WWW:  
<url:http://disegnodaily.com/opinion/why-gov-uk-won>.
- SAINT-VICTOR, Hugues de (1961 [c.1135]) - *The Didascalicon of Hugh of St. Victor, a medieval guide to the arts: Translated from the Latin with an introduction and notes by Jerome Taylor*. New York; London: Columbia University Press.
- SILVA, António Sena da (2009 [1982]) - Design e circunstância. In Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa, ed.; Coutinho, Bárbara, co-aut. - *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. pp. 214-219.
- SIMON, Herbert A. (1996 [1969]) - *The sciences of the artificial*. Cambridge, Massachussets; London: M.I.T. Press.
- SIMON, Herbert A.; PEREIRA, Luís Moniz, trad. (1981 [1969]) - *As ciências do artificial*. Coimbra: Arménio Amado, Editor, Sucessor.
- SMITH, Roberta (2004) - Designers for a day: sculptors take a turn. *New York Times* [em linha]. [Consult. 2013-06-10]. Disponível em WWW:  
<url:http://www.nytimes.com/2004/09/10/arts/design/10SMIT.html?\_r=2&>.
- SPITZ, René (2008) - Function. In ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim - *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basel: Birkhäuser. pp. 175-177.
- STARDUST MODERN ([200-?]) - Flos Table Gun Lamp Gold by Philippe Starck [em linha]. [Consult. 2013-12-28]. Disponível em WWW:  
<url:http://www.stardust.com/FLOSTABLEGUN-p-flos.html>.
- STECKER, Robert (2000) - Is it reasonable to attempt to define art? In CARROLL, Noël - *Theories of art today*. Madison: University of Wisconsin Press. pp. 45-64.
- STOCK, Kathleen (2009) - Definition of “art”. In DAVIES, Stephen, ed.; [et. al.] - *A companion to aesthetics*. 2nd. ed. Chichester: Wiley-Blackwell. pp. 231-234.
- STOCK, Kathleen; MURCHO, Desidério, trad. (2010) - A definição da arte. *Crítica: revista de filosofia* [em linha]. [Consult. 2012-08-02]. Publicado originalmente em *A Companion to Aesthetics*, 2ª ed., org. por Stephen Davies, Kathleen Marie Higgins, Robert Hopkins, Robert Stecker e David E. Cooper. Oxford: Wiley-

- Blackwell, 2009. Disponível em WWW:  
<url:http://criticanarede.com/defarte.html>.
- SUDJIC, Deyan (2009) - *The language of things*. London: Penguin.
- SULLIVAN, Louis H. (1896) - The tall office building artistically considered. *Lippincott's monthly magazine*. Philadelphia: J.B. Lippincott Co. n.º 339 (Mar. 1896) pp. 403-409.
- TATARKIEWICZ, Wladislaw (1997 [1975]) - *Historia de seis ideas: arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. 6a. ed. Madrid: Tecnos. (Colección metrópolis.).
- TOLSTÓI, Lev (1996 [1898]) - *What is Art?* Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- \_\_\_\_ (1998 [1898]) - What is Art? In HARRISON, Charles; WOOD, Paul; GAIGER, Jason, ed. - *Art in theory, 1815-1900: an anthology of changing ideas*. Oxford; Malden, Massachusetts: Blackwell. pp. 814-821.
- TORRENT, Rosalía; MARÍN, Joan M. (2005) - *Historia del diseño industrial*. 1ª. Madrid: Cátedra. (Manuales arte Cátedra).
- VAN DE VELDE, Henry (1978 [1916]) - *Formules de la beauté architectonique moderne*. Bruxelles: Archives d'architecture moderne.
- VÉRON, Eugène (1890 [1878]) - *L'Esthétique origine des arts, le goût et le génie, définition de l'art et de l'esthétique*. 3eme. ed. Paris: C. Reinwald, Schleicher Frères Éditeurs. (Bibliothèque des sciences contemporaines).
- WALKER, John A. (2010 [1989]) - Design history and the history of design. In LEES-MAFFEI, Grace; HOUZE, Rebecca - *The design history reader*. English ed. Oxford: Berg. pp. 279-285.
- WARBURTON, Nigel (2007) - *O que é a arte?* Lisboa: Bizâncio.
- WATSON Jr., Thomas ([1973]) - Good design is good business. *IBM 100* [em linha]. [Consult. 2013-07-07]. Disponível em WWW: <url:http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/icons/gooddesign/>.
- WEITZ, Morris (1956) - The Role of Theory in Aesthetics. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* [em linha]. vol. 15: n.º 1, pp. 27-35. [Consult. 02-08-2012]. Disponível em WWW: <url:http://www.jstor.org/stable/427491>.
- \_\_\_\_ (2004) - O papel da teoria na estética. *Crítica: revista de filosofia* [em linha]. [Consult. 2012-08-02]. TEIXEIRA, Célia, trad. Publicado originalmente em *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. XV (1956), pp. 27-35. Disponível em WWW: <url:http://criticanarede.com/fil\_teorიაestetica.html>.
- WIKIPEDIA CONTRIBUTORS - The arts. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. [Consult. 2013-06-16]. Disponível em WWW: <url:http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The\_arts&oldid=591755415>.

\_\_\_\_ - Charles Eliot Norton Lectures. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*.  
[Consult. 2014-02-02]. Disponível em WWW:  
<[url:http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Charles\\_Eliot\\_Norton\\_Lectures&oldid=593205623](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Charles_Eliot_Norton_Lectures&oldid=593205623)>.

WITTGENSTEIN, Ludwig (1995 [1953]) - *Tratado lógico-filosófico / Investigações filosóficas*. 1ª ed. port. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

ZIMMERMANN, Yves (1998) - *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

\_\_\_\_ (2003) - El arte es arte, el diseño es diseño. In CALVERA, Anna - *Arte ¿? diseño: [nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos]*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 57-74.



## ANEXOS

---



## INQUÉRITO 1

“Sobre Design [ULL]”,

inquérito realizado na Universidade Lusíada (Lisboa) entre Junho e Fevereiro de 2014

Neste primeiro anexo apresentam-se os resultados do primeiro inquérito, realizado em dois momentos, entre Junho de 2013 e Fevereiro de 2014, na Universidade Lusíada de Lisboa (ULL).

A opção de realizar o inquérito na ULL deve-se a razões práticas: por um lado, leccionando naquela instituição, tínhamos fácil acesso a um vasto universo de pessoas com interesses muito diversificados, distribuídas por diversas áreas disciplinares; e, por outro, a circunstância de pertencerem todas a uma mesma instituição, garantia-se alguma coesão do ponto de vista cultural, sociológico e económico, o que minimiza deformações que poderiam ocorrer se optássemos por um universo de inquiridos alargado a outras universidades (teria sido interessante confrontar a nossa amostra e resultados com outras e os resultados respectivos, mas não houve tempo para o fazer).

O questionário foi construído em linha com recurso à ferramenta *SurveyGizmo*. Para testar o guião enviámos o questionário a alguns colegas docentes e ex-alunos da ULL por correio electrónico, a partir de uma hiper-ligação para a página onde se encontrava alojado. Efectuaram-se algumas correcções a esse primeiro guião e fizemos o primeiro teste com alunos das Licenciaturas em Design, do Mestrado Integrado em Arquitectura e da Licenciatura em Jazz e Música Moderna, dos 2º e 3º anos, recorrendo a alguns docentes que passaram o questionário aos seus alunos. Obtiveram-se 36 respostas válidas (29 de alunos de Design, 4 de Arquitectura e 3 de Jazz e Música Moderna), o que permitiu confirmar a suspeita de subsistirem algumas redundâncias e excesso de perguntas, o que poderia afastar os potenciais inquiridos menos familiarizados com o tema. Este primeiro inquérito, realizado em Junho de 2013, permitiu afinar o guião e reduzir o número de perguntas. Assim, num segundo momento, em Fevereiro de 2014, enviámos o



inquérito reformulado ao universo que pretendíamos inquirir: alunos e docentes dos vários ciclos de estudos da ULL. O inquérito foi enviado através dos serviços da Mediateca para a lista de endereços electrónicos de professores e alunos da ULL. Deste modo, ficámos sujeitos à disponibilidade de cada inquirido para responder ao pedido que receberam por e-mail. No entanto, obtiveram-se 110 respostas válidas, distribuídas por diversas áreas de conhecimento leccionadas na ULL, sendo que a distribuição equilibrada entre respondentes de design e de outras áreas permite fazer confronto entre a percepção “interna” e “externa” do design numa base razoavelmente equilibrada: 42,5 % e 57,5%, respectivamente, se considerarmos apenas os alunos; cerca de um terço, se considerarmos todos os respondentes.

ALUNOS		DOCENTES	
Arquitectura	15 · 20.6%	Arquitectura	6 · 28.6%
Comunicação e multimédia	1 · 1.4%	Artes visuais	1 · 4.8%
<b>Design</b>	<b>31 · 42.5%</b>	<b>Design</b>	<b>2 · 9.5%</b>
Direito	4 · 5.5%	Direito	2 · 9.5%
Eng. electrotécnica e de computadores	1 · 1.4%	Engenharia informática	1 · 4.8%
Engenharia informática	1 · 1.4%	Gestão de empresa	2 · 9.5%
Gestão de empresa	4 · 5.5%	Gestão de recursos humanos	2 · 9.5%
Gestão de recursos humanos	2 · 2.7%	Informática	1 · 4.8%
Informática	1 · 1.4%	Psicologia	2 · 9.5%
Jazz e música moderna	3 · 4.1%	Serviço social	2 · 9.5%
Marketing e publicidade	2 · 2.7%		
Psicologia	4 · 5.5%		
Serviço Social	1 · 1.4%		
Turismo	3 · 4.1%		

A formatação gráfica do guião de inquérito e dos relatórios, que seguidamente se apresentam, bem como a sua distribuição nas páginas, resultam da exportação directa a partir da plataforma *SurveyGizmo*. Os resultados apresentam-se pela seguinte ordem: **relatório global**, **relatórios parciais** e **guião de inquérito**.

### **INQUÉRITO 1: 1- Síntese Global**

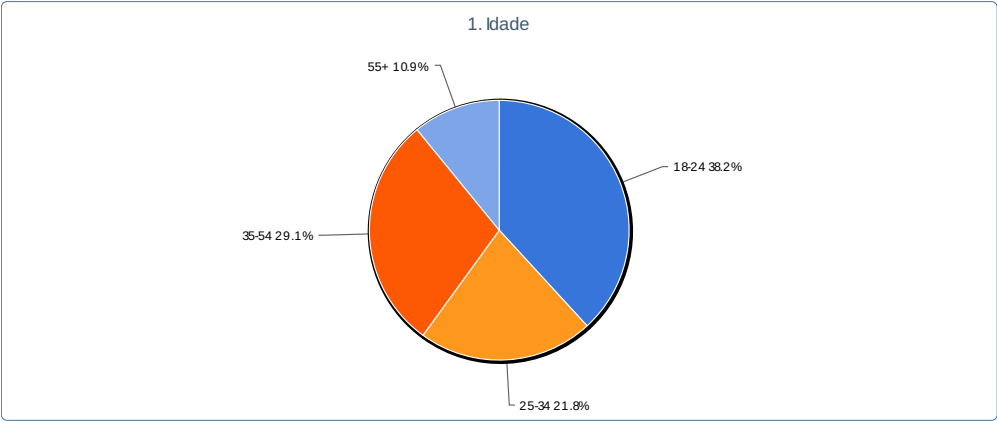
Resultados relativos ao conjunto total das respostas

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

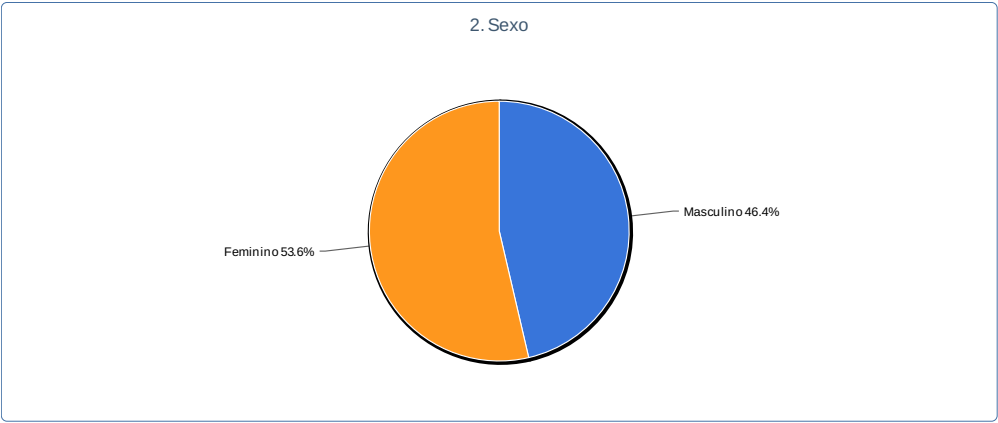
Relatório Global  
Survey: Sobre Design [ULL]



1. Idade

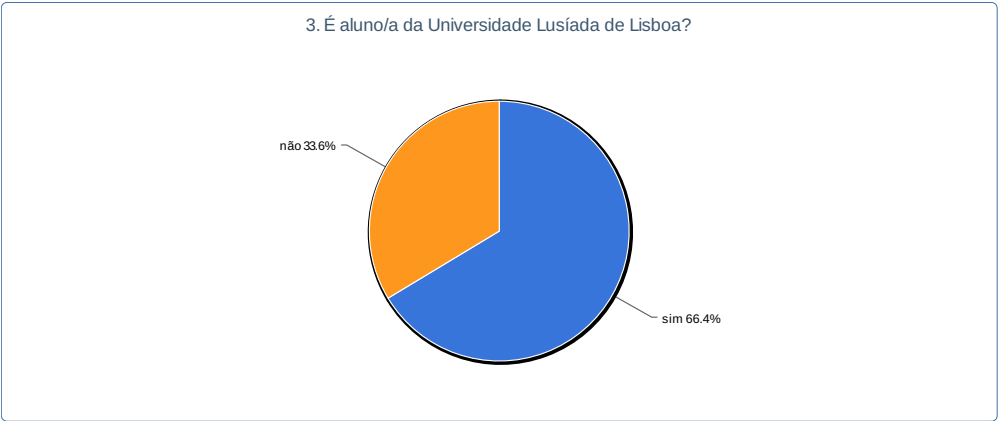
Value	Count	Percent %
18-24	42	38.2%
25-34	24	21.8%
35-54	32	29.1%
55+	12	10.9%

Statistics	
Total Responses	110
Sum	3,136.0
Avg.	28.5
StdDev	11.6
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	110
Masculino	51	46.4%		
Feminino	59	53.6%		

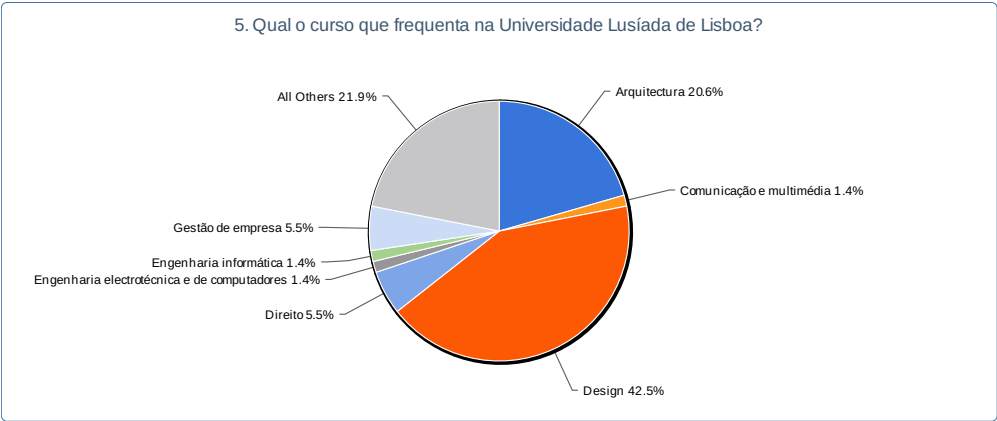
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?

Value	Count	Percent %
sim	73	66.4%
não	37	33.6%

Statistics	
Total Responses	110



5. Qual o curso que frequenta na Universidade Lusíada de Lisboa?

Value	Count	Percent %
Arquitectura	15	20.6%
Comunicação e multimédia	1	1.4%
Design	31	42.5%
Direito	4	5.5%
Engenharia electrotécnica e de computadores	1	1.4%
Engenharia informática	1	1.4%
Gestão de empresa	4	5.5%
Gestão de recursos humanos	2	2.7%
Informática	1	1.4%
Jazz e música moderna	3	4.1%
Marketing e publicidade	2	2.7%
Psicologia	4	5.5%
Serviço social	1	1.4%
Turismo	3	4.1%

Statistics	
Total Responses	73

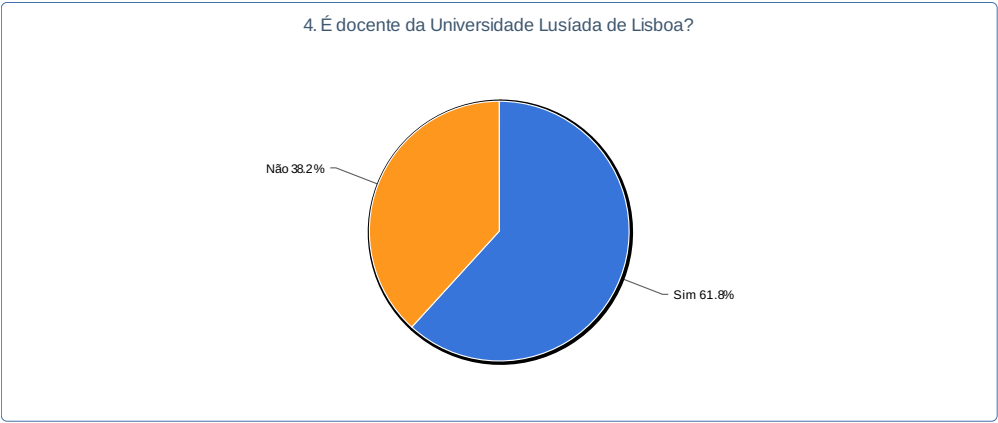
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. No ano lectivo de 2013/2014 frequenta que ano?

Value	Count	Percent %
1º ano	5	6.9%
2º ano	14	19.2%
3º ano	27	37.0%
4º ano	7	9.6%
5º ano	2	2.7%
Mestrado	17	23.3%
Doutoramento	1	1.4%

Statistics	
Total Responses	73
Sum	152.0
Avg.	2.8
StdDev	0.9
Max	5.0



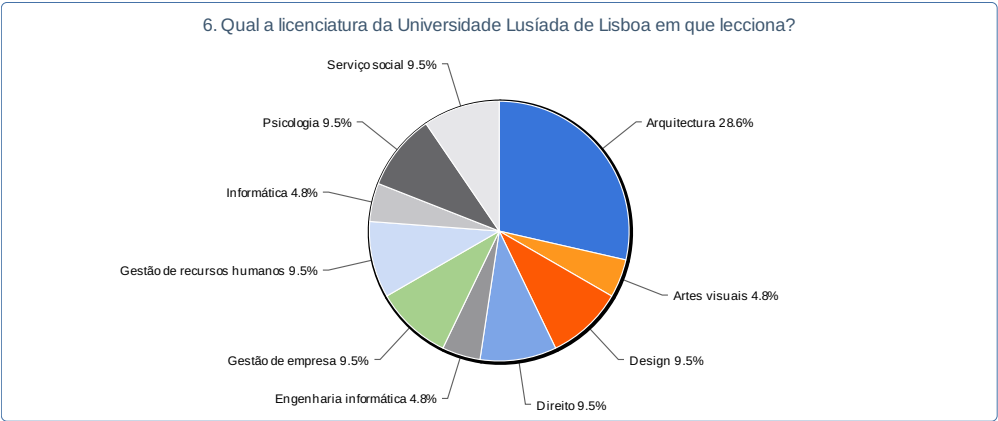
4. É docente da Universidade Lusíada de Lisboa?

Value	Count	Percent %
Sim	21	61.8%
Não	13	38.2%

Statistics	
Total Responses	34



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



6. Qual a licenciatura da Universidade Lusíada de Lisboa em que lecciona?

Value	Count	Percent %
Arquitectura	6	28.6%
Artes visuais	1	4.8%
Design	2	9.5%
Direito	2	9.5%
Engenharia informática	1	4.8%
Gestão de empresa	2	9.5%
Gestão de recursos humanos	2	9.5%
Informática	1	4.8%
Psicologia	2	9.5%
Serviço social	2	9.5%

Statistics	
Total Responses	21

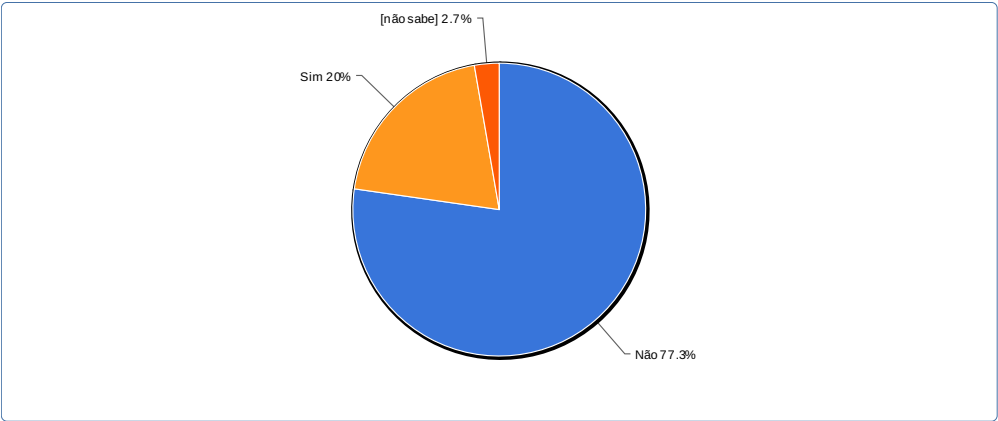


8. Está familiarizado com a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Mais ou menos	20	18.2%
Sim	90	81.8%

Statistics	
Total Responses	110

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. Quando ouve ou lê a palavra 'design' parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	85	77.3%	Total Responses	110
Sim	22	20.0%		
[não sabe]	3	2.7%		

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, PARA SI, mais facilmente se associa ao design.

	1	2		Responses
simples	67.3% 74	32.7% 36	complexo	110
caro	60.0% 66	40.0% 44	barato	110
fútil	2.7% 3	97.3% 107	útil	110
essencial	85.5% 94	14.5% 16	superficial	110
universal	59.1% 65	40.9% 45	exclusivo	110
claro	95.5% 105	4.5% 5	obscurο	110
prático	58.2% 64	41.8% 46	artístico	110
único	63.6% 70	36.4% 40	múltiplo	110
comum	45.5% 50	54.5% 60	incomum	110

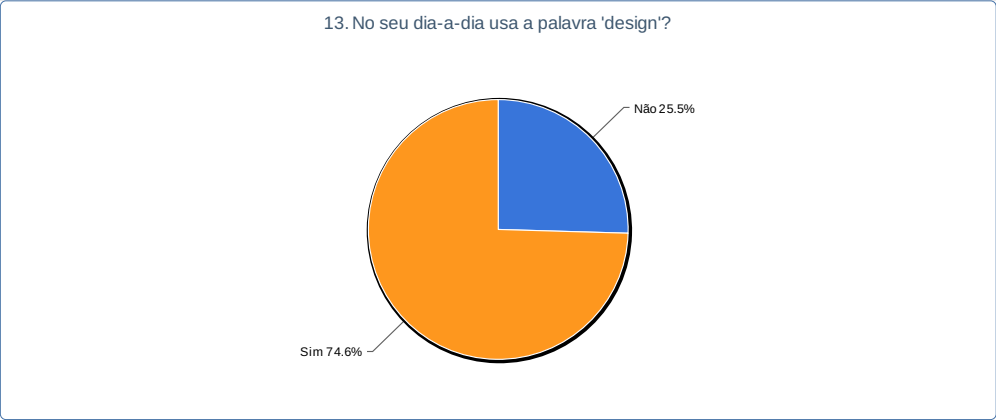
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que A GENERALIDADE DAS PESSOAS mais frequentemente associa a design.

	1	2		Responses
<b>simples</b>	<b>24.5%</b> 27	<b>75.5%</b> 83	<b>complexo</b>	110
<b>caro</b>	<b>97.3%</b> 107	<b>2.7%</b> 3	<b>barato</b>	110
<b>universal</b>	<b>13.6%</b> 15	<b>86.4%</b> 95	<b>exclusivo</b>	110
<b>fútil</b>	<b>71.8%</b> 79	<b>28.2%</b> 31	<b>útil</b>	110
<b>essencial</b>	<b>17.3%</b> 19	<b>82.7%</b> 91	<b>superficial</b>	110
<b>comum</b>	<b>15.5%</b> 17	<b>84.5%</b> 93	<b>incomum</b>	110
<b>prático</b>	<b>8.2%</b> 9	<b>91.8%</b> 101	<b>artístico</b>	110
<b>claro</b>	<b>52.7%</b> 58	<b>47.3%</b> 52	<b>obscuro</b>	110
<b>único</b>	<b>82.7%</b> 91	<b>17.3%</b> 19	<b>múltiplo</b>	110

12. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra 'design'? Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada.

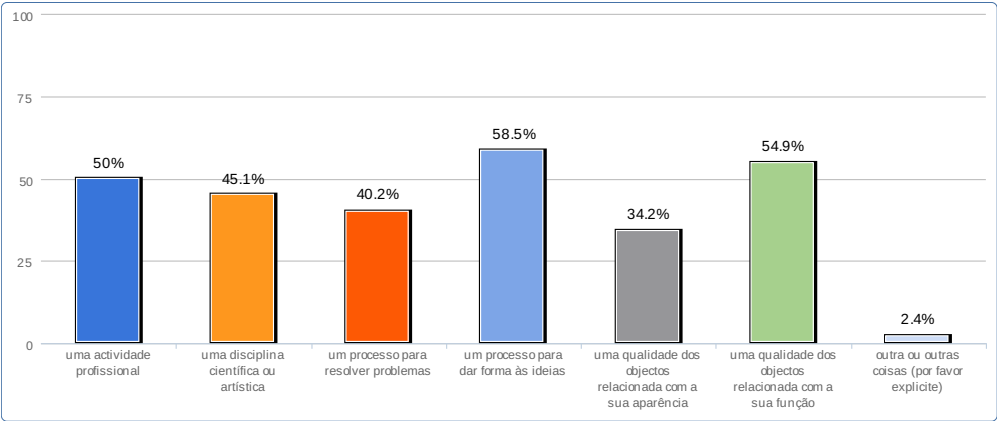
Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
função	711	1
concepção	689	2
desenho	617	3
projecto	612	4
forma	580	5
funcionamento	579	6
estilo	382	7
aparência	377	8
moda	222	9
Total Respondents: 110		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		



13. No seu dia-a-dia usa a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	28	25.5%	Total Responses	110
Sim	82	74.6%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

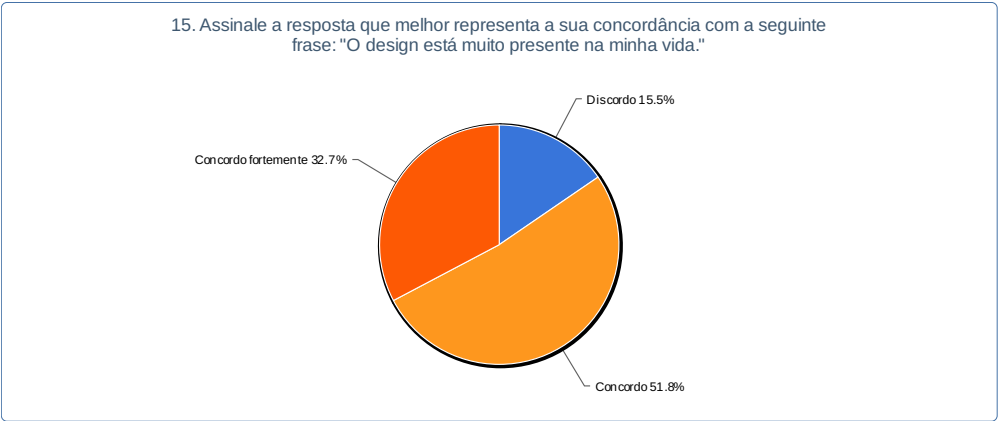


14. Quando usa a a palavra 'design', fá-lo normalmente para se referir a...

Value	Count	Percent %
uma actividade profissional	41	50.0%
uma disciplina científica ou artística	37	45.1%
um processo para resolver problemas	33	40.2%
um processo para dar forma às ideias	48	58.5%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua aparência	28	34.2%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua função	45	54.9%
outra ou outras coisas (por favor explicitar)	2	2.4%

Statistics	
Total Responses	82

Open-Text Response Breakdown for "outra ou outras coisas (por favor explicitar)"		Count
Left Blank		108
Estrutura		1
um misto equilibrado entre forma e função		1



15. Assinale a resposta que melhor representa a sua concordância com a seguinte frase: "O design está muito presente na minha vida."

Value			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	110
Discordo	17	15.5%		
Concordo	57	51.8%		
Concordo fortemente	36	32.7%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design?

	É uma actividade que nada tem a ver com Design	É uma actividade que tem alguma coisa a ver com Design	É uma actividade que tem muito a ver com Design	É uma forma de Design	[não sabe]	Responses
Arquitectura	3.6% 4	14.5% 16	42.7% 47	38.2% 42	0.9% 1	110
Paisagismo	6.4% 7	20.9% 23	40.0% 44	29.1% 32	3.6% 4	110
Urbanismo	8.2% 9	29.1% 32	29.1% 32	32.7% 36	0.9% 1	110
Artes Plásticas	10.9% 12	20.0% 22	25.5% 28	41.8% 46	1.8% 2	110
Culinária	25.5% 28	34.5% 38	24.5% 27	13.6% 15	1.8% 2	110
Engenharia Mecânica	12.7% 14	37.3% 41	28.2% 31	17.3% 19	4.5% 5	110
Publicidade	4.5% 5	10.0% 11	40.9% 45	43.6% 48	0.9% 1	110
Moda	0.9% 1	8.2% 9	29.1% 32	61.8% 68	0.0% 0	110
Decoração de interiores	3.6% 4	10.0% 11	40.0% 44	45.5% 50	0.9% 1	110

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção das seguintes coisas?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
o edifício duma fábrica de automóveis	2.7% 3	20.0% 22	34.5% 38	17.3% 19	25.5% 28	0.0% 0	110
a organização da linha de montagem de automóveis	6.4% 7	13.6% 15	30.0% 33	16.4% 18	32.7% 36	0.9% 1	110
a carroceria de um automóvel	2.7% 3	3.6% 4	14.5% 16	17.3% 19	60.9% 67	0.9% 1	110
o motor de um automóvel	8.2% 9	21.8% 24	26.4% 29	22.7% 25	20.0% 22	0.9% 1	110
o painel de instrumentos de um automóvel	0.0% 0	1.8% 2	11.8% 13	27.3% 30	58.2% 64	0.9% 1	110
o livro de instruções de um automóvel	4.5% 5	11.8% 13	23.6% 26	25.5% 28	34.5% 38	0.0% 0	110
o cartaz publicitário de um automóvel	0.9% 1	1.8% 2	9.1% 10	24.5% 27	63.6% 70	0.0% 0	110
a campanha de marketing de um automóvel	1.8% 2	1.8% 2	14.5% 16	27.3% 30	54.5% 60	0.0% 0	110
o processo de reciclagem de um automóvel	21.8% 24	20.0% 22	25.5% 28	8.2% 9	20.0% 22	4.5% 5	110

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para a apreciação que faz dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	5.5% 6	18.2% 20	39.1% 43	18.2% 20	19.1% 21	0.0% 0	110
máquina de venda de bilhetes	6.4% 7	12.7% 14	29.1% 32	30.9% 34	20.9% 23	0.0% 0	110
portal das finanças	4.5% 5	13.6% 15	30.9% 34	26.4% 29	24.5% 27	0.0% 0	110
embalagem de ovos	11.8% 13	28.2% 31	35.5% 39	10.0% 11	14.5% 16	0.0% 0	110
cadeira de escritório	0.0% 0	2.7% 3	20.0% 22	36.4% 40	40.9% 45	0.0% 0	110
mapa das estradas	10.0% 11	12.7% 14	26.4% 29	28.2% 31	22.7% 25	0.0% 0	110
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.9% 1	6.4% 7	20.9% 23	29.1% 32	42.7% 47	0.0% 0	110
sapatos	0.0% 0	1.8% 2	26.4% 29	33.6% 37	38.2% 42	0.0% 0	110
livro escolar	4.5% 5	18.2% 20	35.5% 39	19.1% 21	22.7% 25	0.0% 0	110
painel de direcções na autoestrada	3.6% 4	11.8% 13	21.8% 24	24.5% 27	38.2% 42	0.0% 0	110
máquina de lavar a loiça	2.7% 3	11.8% 13	38.2% 42	29.1% 32	18.2% 20	0.0% 0	110
telecomando da televisão	4.5% 5	12.7% 14	31.8% 35	24.5% 27	26.4% 29	0.0% 0	110

19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	2.7% 3	13.6% 15	38.2% 42	15.5% 17	30.0% 33	0.0% 0	110
máquina de venda de bilhetes	0.9% 1	18.2% 20	31.8% 35	25.5% 28	23.6% 26	0.0% 0	110
portal das finanças	4.5% 5	13.6% 15	30.9% 34	27.3% 30	23.6% 26	0.0% 0	110
embalagem de ovos	9.1% 10	26.4% 29	30.9% 34	16.4% 18	17.3% 19	0.0% 0	110
cadeira de escritório	0.0% 0	2.7% 3	18.2% 20	32.7% 36	46.4% 51	0.0% 0	110
mapa das estradas	5.5% 6	17.3% 19	28.2% 31	20.0% 22	29.1% 32	0.0% 0	110
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	4.5% 5	16.4% 18	31.8% 35	47.3% 52	0.0% 0	110
sapatos	0.0% 0	3.6% 4	23.6% 26	20.9% 23	51.8% 57	0.0% 0	110
livro escolar	2.7% 3	13.6% 15	36.4% 40	20.9% 23	26.4% 29	0.0% 0	110
painel de direcções na autoestrada	2.7% 3	8.2% 9	31.8% 35	22.7% 25	34.5% 38	0.0% 0	110
máquina de lavar loiça	0.9% 1	7.3% 8	40.0% 44	28.2% 31	22.7% 25	0.9% 1	110
telecomando da televisão	0.9% 1	9.1% 10	31.8% 35	32.7% 36	25.5% 28	0.0% 0	110

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

**INQUÉRITO 1: 2- Síntese Parcial** ('alunos de Design')

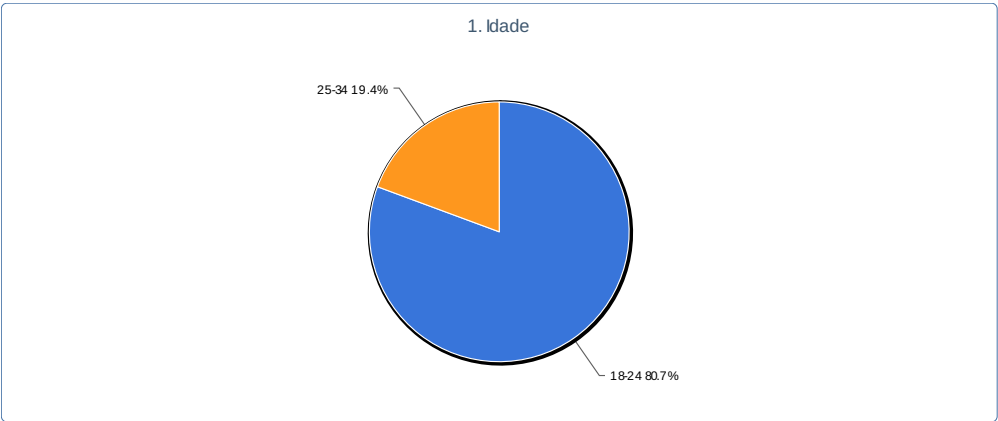
Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de alunos do curso de Design

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

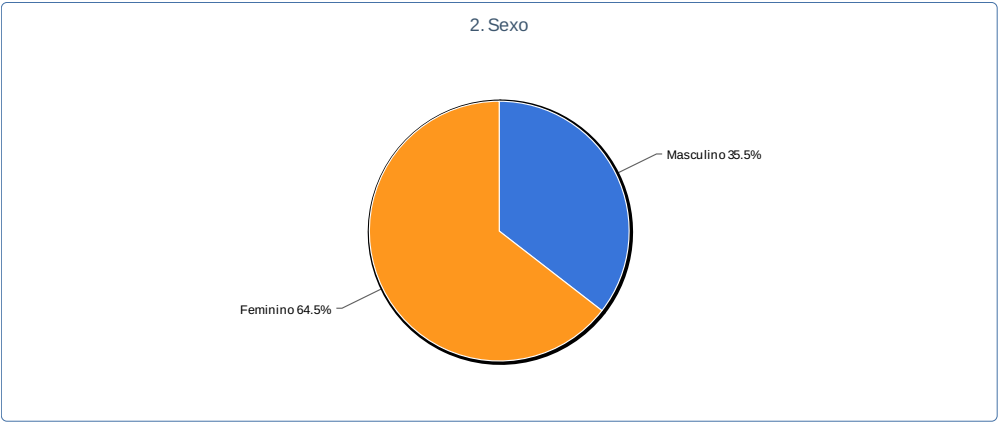
Relatório Parcial [alunos de Design]  
Survey: Sobre Design [ULL]



1. Idade

Value	Count	Percent %
18-24	25	80.7%
25-34	6	19.4%

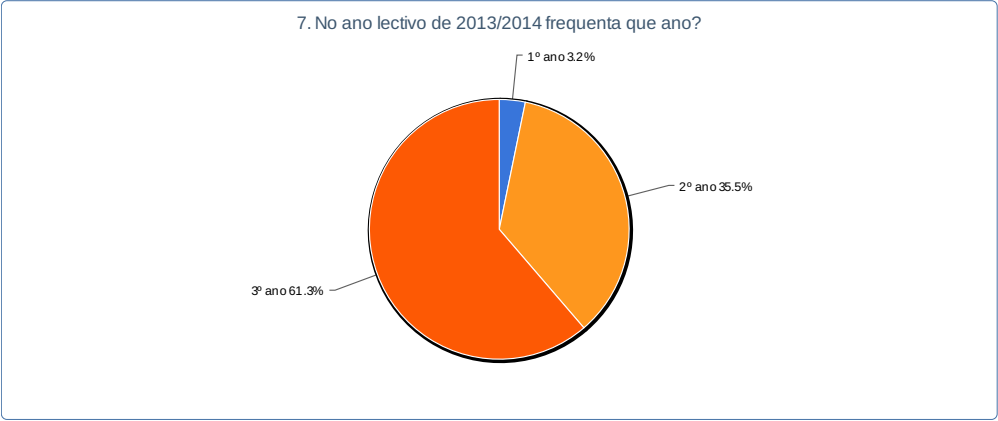
Statistics	
Total Responses	31
Sum	600.0
Avg.	19.4
StdDev	2.8
Max	25.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	31
Masculino	11	35.5%		
Feminino	20	64.5%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. No ano lectivo de 2013/2014 frequenta que ano?			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	31
1º ano	1	3.2%	Sum	80.0
2º ano	11	35.5%	Avg.	2.6
3º ano	19	61.3%	StdDev	0.6
			Max	3.0

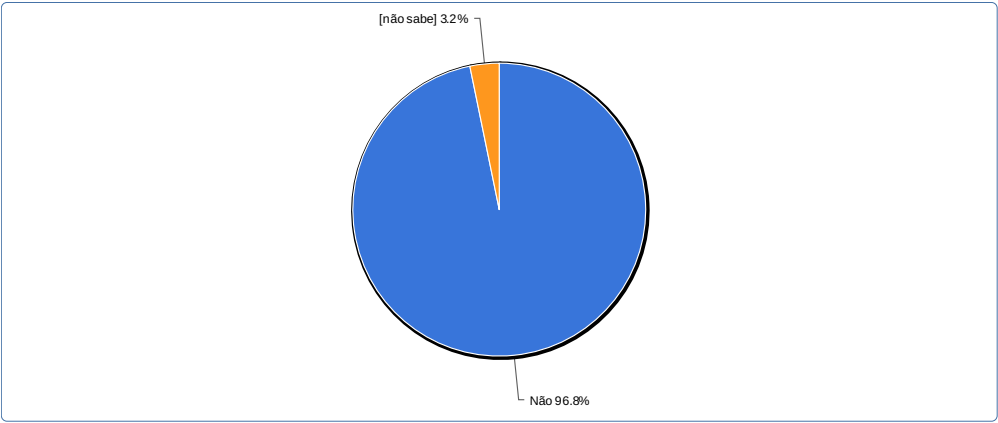


8. Está familiarizado com a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Mais ou menos	2	6.5%
Sim	29	93.6%

Statistics	
Total Responses	31

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. Quando ouve ou lê a palavra 'design' parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	30	96.8%	Total Responses	31
[não sabe]	1	3.2%		

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, PARA SI, mais facilmente se associa ao design.

	1	2		Responses
simples	90.3% 28	9.7% 3	complexo	31
caro	22.6% 7	77.4% 24	barato	31
fútil	0.0% 0	100.0% 31	útil	31
essencial	100.0% 31	0.0% 0	superficial	31
universal	90.3% 28	9.7% 3	exclusivo	31
claro	100.0% 31	0.0% 0	obsuro	31
prático	96.8% 30	3.2% 1	artístico	31
único	51.6% 16	48.4% 15	múltiplo	31
comum	58.1% 18	41.9% 13	incomum	31

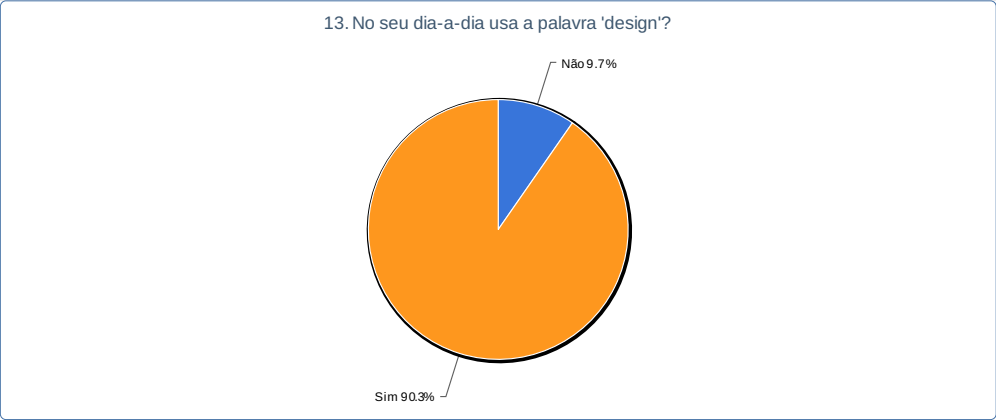
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que A GENERALIDADE DAS PESSOAS mais frequentemente associa a design.

	1	2		Responses
simples	32.3% 10	67.7% 21	complexo	31
caro	100.0% 31	0.0% 0	barato	31
universal	9.7% 3	90.3% 28	exclusivo	31
fútil	74.2% 23	25.8% 8	útil	31
essencial	12.9% 4	87.1% 27	superficial	31
comum	6.5% 2	93.5% 29	incomum	31
prático	0.0% 0	100.0% 31	artístico	31
claro	58.1% 18	41.9% 13	obscuro	31
único	80.6% 25	19.4% 6	múltiplo	31

12. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra 'design'? Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
função	242	1
funcionamento	197	2
projecto	184	3
concepção	170	4
forma	166	5
desenho	158	6
aparência	92	7
estilo	60	8
moda	44	9
Total Respondents: 31		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

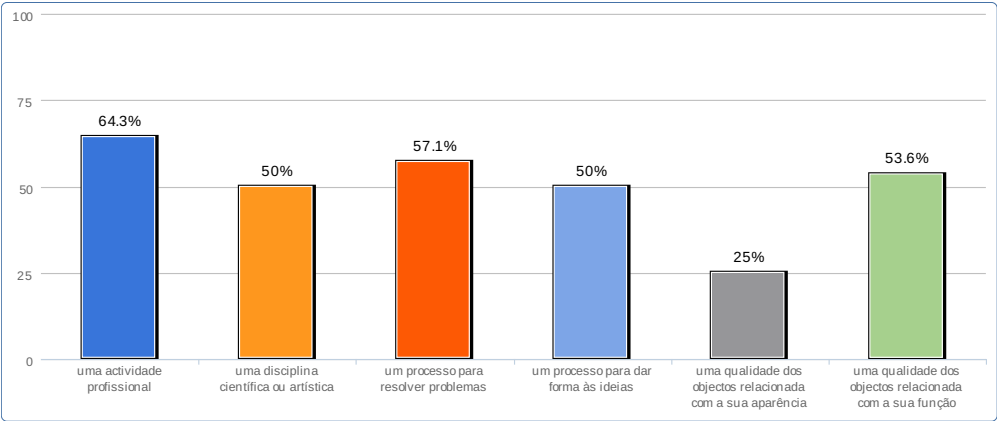


13. No seu dia-a-dia usa a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Não	3	9.7%
Sim	28	90.3%

Statistics	
Total Responses	31

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



14. Quando usa a a palavra 'design', fá-lo normalmente para se referir a...

Value	Count	Percent %	Statistics	
uma actividade profissional	18	64.3%	Total Responses	28
uma disciplina científica ou artística	14	50.0%		
um processo para resolver problemas	16	57.1%		
um processo para dar forma às ideias	14	50.0%		
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua aparência	7	25.0%		
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua função	15	53.6%		
Open-Text Response Breakdown for "outra ou outras coisas (por favor explicitar)"				Count
Left Blank				31



15. Assinale a resposta que melhor representa a sua concordância com a seguinte frase: "O design está muito presente na minha vida."

Value			Statistics	
Concordo	Count	Percent %	Total Responses	31
Concordo fortemente	13	41.9%		
	18	58.1%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design?

	É uma actividade que nada tem a ver com Design	É uma actividade que tem alguma coisa a ver com Design	É uma actividade que tem muito a ver com Design	É uma forma de Design	[não sabe]	Responses
Arquitectura	9.7% 3	16.1% 5	51.6% 16	19.4% 6	3.2% 1	31
Paisagismo	9.7% 3	25.8% 8	35.5% 11	22.6% 7	6.5% 2	31
Urbanismo	6.5% 2	29.0% 9	38.7% 12	25.8% 8	0.0% 0	31
Artes Plásticas	29.0% 9	38.7% 12	19.4% 6	9.7% 3	3.2% 1	31
Culinária	29.0% 9	32.3% 10	29.0% 9	6.5% 2	3.2% 1	31
Engenharia Mecânica	16.1% 5	38.7% 12	35.5% 11	6.5% 2	3.2% 1	31
Publicidade	6.5% 2	3.2% 1	32.3% 10	58.1% 18	0.0% 0	31
Moda	0.0% 0	16.1% 5	25.8% 8	58.1% 18	0.0% 0	31
Decoração de interiores	6.5% 2	19.4% 6	29.0% 9	41.9% 13	3.2% 1	31

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção das seguintes coisas?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
o edifício duma fábrica de automóveis	3.2% 1	22.6% 7	35.5% 11	16.1% 5	22.6% 7	0.0% 0	31
a organização da linha de montagem de automóveis	6.5% 2	6.5% 2	25.8% 8	9.7% 3	51.6% 16	0.0% 0	31
a carroceria de um automóvel	0.0% 0	9.7% 3	12.9% 4	9.7% 3	67.7% 21	0.0% 0	31
o motor de um automóvel	9.7% 3	22.6% 7	16.1% 5	19.4% 6	32.3% 10	0.0% 0	31
o painel de instrumentos de um automóvel	0.0% 0	6.5% 2	6.5% 2	22.6% 7	64.5% 20	0.0% 0	31
o livro de instruções de um automóvel	0.0% 0	3.2% 1	12.9% 4	32.3% 10	51.6% 16	0.0% 0	31
o cartaz publicitário de um automóvel	0.0% 0	0.0% 0	16.1% 5	16.1% 5	67.7% 21	0.0% 0	31
a campanha de marketing de um automóvel	3.2% 1	0.0% 0	12.9% 4	29.0% 9	54.8% 17	0.0% 0	31
o processo de reciclagem de um automóvel	3.2% 1	22.6% 7	29.0% 9	9.7% 3	35.5% 11	0.0% 0	31

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para a apreciação que faz dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	3.2% 1	12.9% 4	38.7% 12	25.8% 8	19.4% 6	0.0% 0	31
máquina de venda de bilhetes	3.2% 1	0.0% 0	16.1% 5	48.4% 15	32.3% 10	0.0% 0	31
portal das finanças	3.2% 1	19.4% 6	19.4% 6	22.6% 7	35.5% 11	0.0% 0	31
embalagem de ovos	9.7% 3	19.4% 6	38.7% 12	16.1% 5	16.1% 5	0.0% 0	31
cadeira de escritório	0.0% 0	0.0% 0	16.1% 5	29.0% 9	54.8% 17	0.0% 0	31
mapa das estradas	6.5% 2	12.9% 4	19.4% 6	29.0% 9	32.3% 10	0.0% 0	31
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	3.2% 1	6.5% 2	9.7% 3	32.3% 10	48.4% 15	0.0% 0	31
sapatos	0.0% 0	3.2% 1	32.3% 10	35.5% 11	29.0% 9	0.0% 0	31
livro escolar	3.2% 1	19.4% 6	35.5% 11	16.1% 5	25.8% 8	0.0% 0	31
painel de direcções na autoestrada	6.5% 2	6.5% 2	6.5% 2	32.3% 10	48.4% 15	0.0% 0	31
máquina de lavar a loiça	0.0% 0	12.9% 4	32.3% 10	29.0% 9	25.8% 8	0.0% 0	31
telecomando da televisão	3.2% 1	6.5% 2	29.0% 9	16.1% 5	45.2% 14	0.0% 0	31

19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	0.0% 0	16.1% 5	35.5% 11	22.6% 7	25.8% 8	0.0% 0	31
máquina de venda de bilhetes	0.0% 0	6.5% 2	19.4% 6	38.7% 12	35.5% 11	0.0% 0	31
portal das finanças	3.2% 1	16.1% 5	25.8% 8	29.0% 9	25.8% 8	0.0% 0	31
embalagem de ovos	0.0% 0	16.1% 5	41.9% 13	19.4% 6	22.6% 7	0.0% 0	31
cadeira de escritório	0.0% 0	0.0% 0	9.7% 3	35.5% 11	54.8% 17	0.0% 0	31
mapa das estradas	3.2% 1	6.5% 2	25.8% 8	22.6% 7	41.9% 13	0.0% 0	31
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	0.0% 0	16.1% 5	29.0% 9	54.8% 17	0.0% 0	31
sapatos	0.0% 0	6.5% 2	35.5% 11	16.1% 5	41.9% 13	0.0% 0	31
livro escolar	0.0% 0	19.4% 6	35.5% 11	16.1% 5	29.0% 9	0.0% 0	31
painel de direcções na autoestrada	0.0% 0	0.0% 0	35.5% 11	12.9% 4	51.6% 16	0.0% 0	31
máquina de lavar loiça	0.0% 0	6.5% 2	38.7% 12	32.3% 10	22.6% 7	0.0% 0	31
telecomando da televisão	0.0% 0	6.5% 2	22.6% 7	38.7% 12	32.3% 10	0.0% 0	31

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

**INQUÉRITO 1: 3- Síntese Parcial** ('alunos restantes cursos')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de alunos de outros cursos (Comunicação e Multimédia, Direito, Engenharia Electrotécnica e de Computadores, Engenharia Informática, Gestão de Empresas, Gestão de Recursos Humanos, Informática, Jazz e Música Moderna, Marketing e Publicidade, Psicologia, Serviço Social, Turismo)

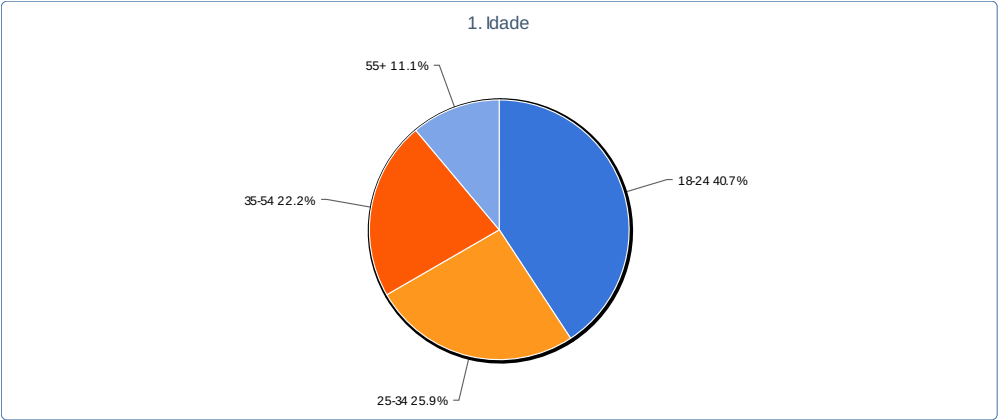
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [alunos restantes cursos]

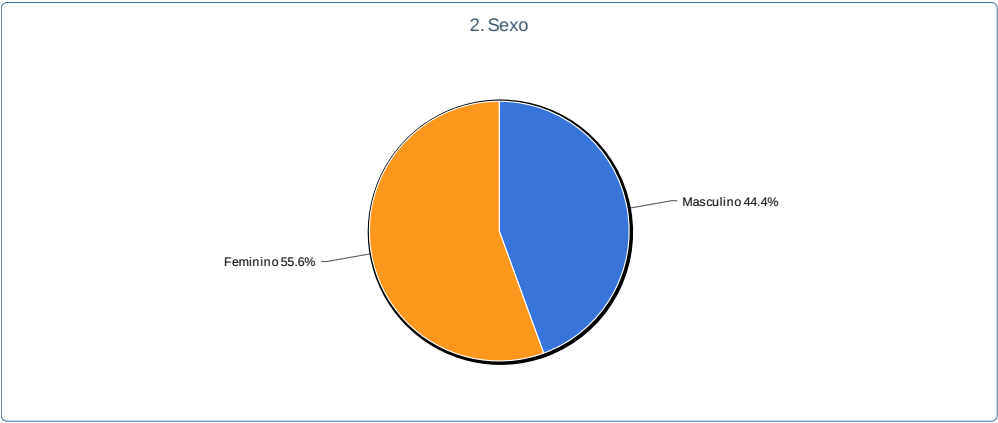
Survey: Sobre Design [ULL]



1. Idade

Value	Count	Percent %
18-24	11	40.7%
25-34	7	25.9%
35-54	6	22.2%
55+	3	11.1%

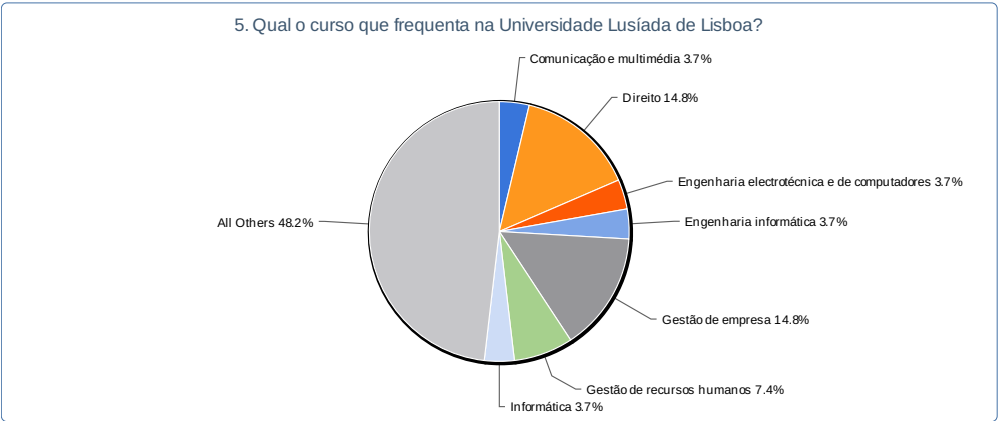
Statistics	
Total Responses	27
Sum	748.0
Avg.	27.7
StdDev	11.6
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	27
Masculino	12	44.4%		
Feminino	15	55.6%		



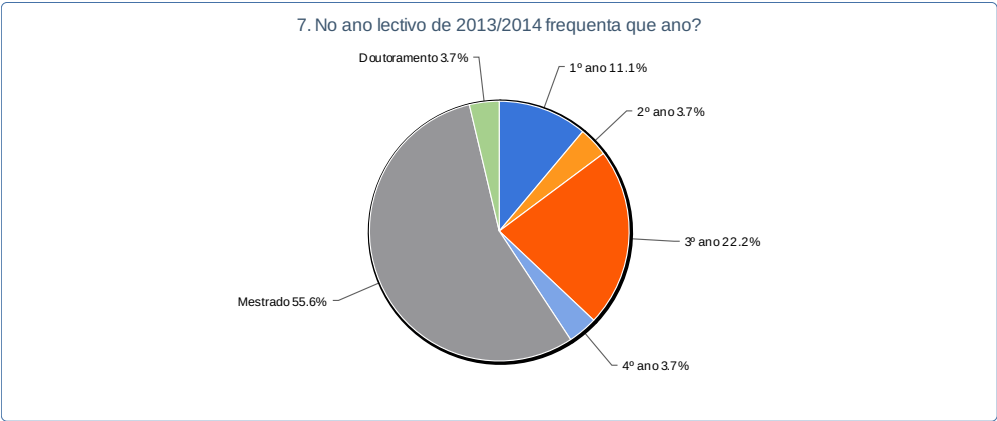
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



5. Qual o curso que frequenta na Universidade Lusíada de Lisboa?

Value	Count	Percent %
Comunicação e multimédia	1	3.7%
Direito	4	14.8%
Engenharia electrotécnica e de computadores	1	3.7%
Engenharia informática	1	3.7%
Gestão de empresa	4	14.8%
Gestão de recursos humanos	2	7.4%
Informática	1	3.7%
Jazz e música moderna	3	11.1%
Marketing e publicidade	2	7.4%
Psicologia	4	14.8%
Serviço social	1	3.7%
Turismo	3	11.1%

Statistics	
Total Responses	27

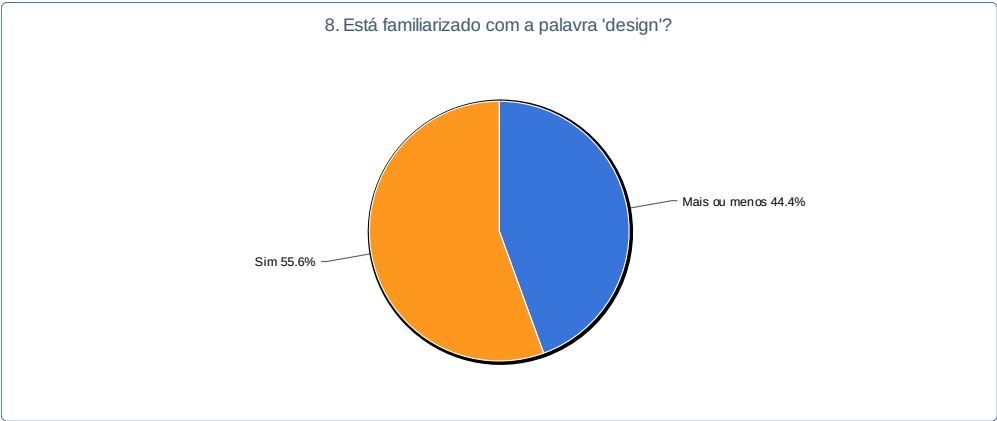


7. No ano lectivo de 2013/2014 frequenta que ano?

Value	Count	Percent %
1º ano	3	11.1%
2º ano	1	3.7%
3º ano	6	22.2%
4º ano	1	3.7%
Mestrado	15	55.6%
Doutoramento	1	3.7%

Statistics	
Total Responses	27
Sum	27.0
Avg.	2.5
StdDev	1.0
Max	4.0

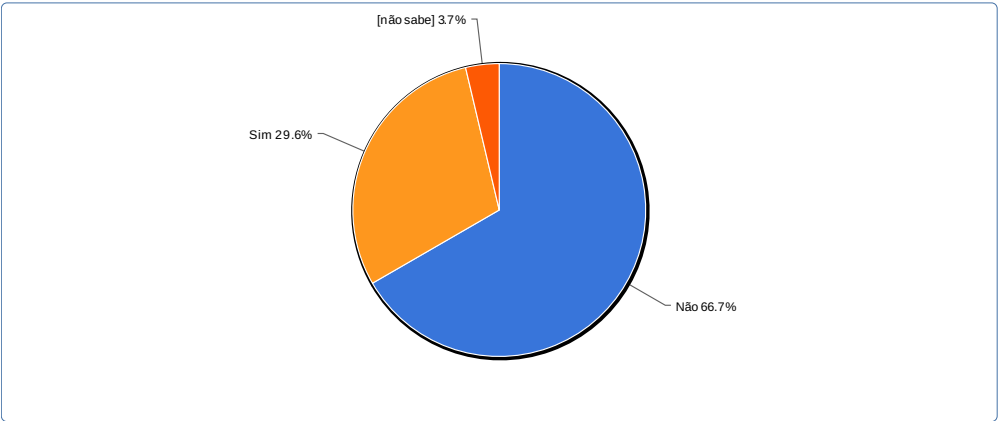
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



8. Está familiarizado com a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Mais ou menos	12	44.4%
Sim	15	55.6%

Statistics	
Total Responses	27



9. Quando ouve ou lê a palavra 'design' parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	18	66.7%	Total Responses	27
Sim	8	29.6%		
[não sabe]	1	3.7%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, PARA SI, mais facilmente se associa ao design.

	1	2		Responses
simples	44.4% 12	55.6% 15	complexo	27
caro	77.8% 21	22.2% 6	barato	27
fútil	7.4% 2	92.6% 25	útil	27
essencial	85.2% 23	14.8% 4	superficial	27
universal	29.6% 8	70.4% 19	exclusivo	27
claro	85.2% 23	14.8% 4	obsuro	27
prático	25.9% 7	74.1% 20	artístico	27
único	77.8% 21	22.2% 6	múltiplo	27
comum	25.9% 7	74.1% 20	incomum	27

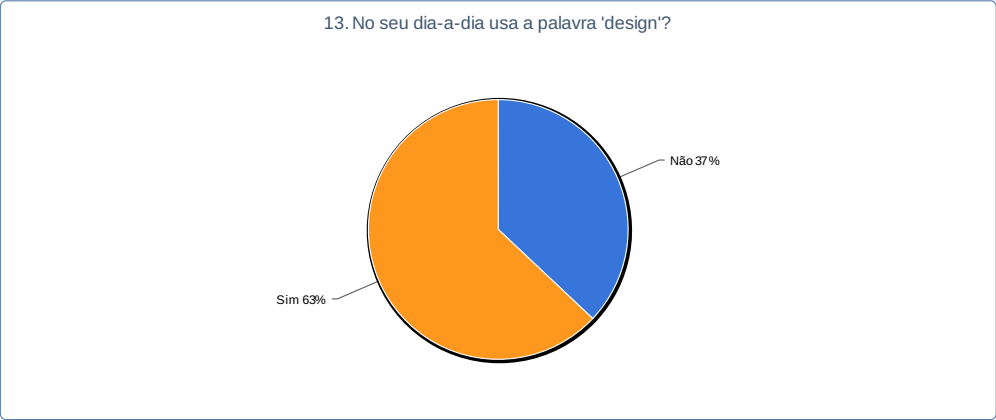
11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que A GENERALIDADE DAS PESSOAS mais frequentemente associa a design.

	1	2		Responses
simples	14.8% 4	85.2% 23	complexo	27
caro	92.6% 25	7.4% 2	barato	27
universal	22.2% 6	77.8% 21	exclusivo	27
fútil	59.3% 16	40.7% 11	útil	27
essencial	29.6% 8	70.4% 19	superficial	27
comum	33.3% 9	66.7% 18	incomum	27
prático	18.5% 5	81.5% 22	artístico	27
claro	55.6% 15	44.4% 12	obscurο	27
único	88.9% 24	11.1% 3	múltiplo	27

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

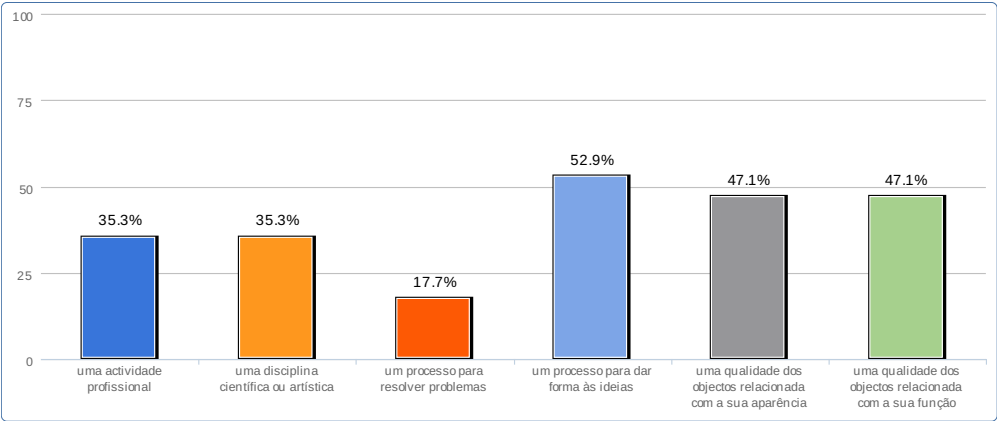
12. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra 'design'? Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
concepção	160	1
desenho	153	2
função	143	3
projecto	142	4
estilo	141	5
forma	128	6
funcionamento	116	7
aparência	113	8
moda	84	9
Total Respondents: 27		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		



13. No seu dia-a-dia usa a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	10	37.0%	Total Responses	27
Sim	17	63.0%		



14. Quando usa a a palavra 'design', fá-lo normalmente para se referir a...

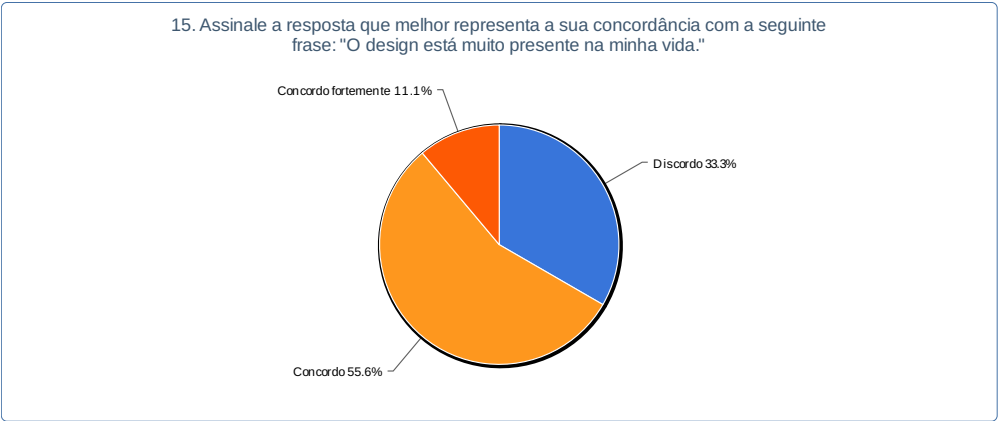
Value	Count	Percent %
uma actividade profissional	6	35.3%
uma disciplina científica ou artística	6	35.3%
um processo para resolver problemas	3	17.7%
um processo para dar forma às ideias	9	52.9%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua aparência	8	47.1%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua função	8	47.1%

Statistics	
Total Responses	17

Open-Text Response Breakdown for "outra ou outras coisas (por favor explicitar)"		Count
Left Blank		27



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



15. Assinale a resposta que melhor representa a sua concordância com a seguinte frase: "O design está muito presente na minha vida."

Value			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	27
Discordo	9	33.3%		
Concordo	15	55.6%		
Concordo fortemente	3	11.1%		

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design?

	É uma actividade que nada tem a ver com Design	É uma actividade que tem alguma coisa a ver com Design	É uma actividade que tem muito a ver com Design	É uma forma de Design	[não sabe]	Responses
Arquitectura	0.0% 0	14.8% 4	29.6% 8	55.6% 15	0.0% 0	27
Paisagismo	0.0% 0	22.2% 6	37.0% 10	40.7% 11	0.0% 0	27
Urbanismo	0.0% 0	33.3% 9	18.5% 5	48.1% 13	0.0% 0	27
Artes Plásticas	0.0% 0	0.0% 0	22.2% 6	77.8% 21	0.0% 0	27
Culinária	18.5% 5	29.6% 8	25.9% 7	25.9% 7	0.0% 0	27
Engenharia Mecânica	11.1% 3	44.4% 12	14.8% 4	25.9% 7	3.7% 1	27
Publicidade	0.0% 0	11.1% 3	44.4% 12	44.4% 12	0.0% 0	27
Moda	0.0% 0	11.1% 3	25.9% 7	63.0% 17	0.0% 0	27
Decoração de interiores	0.0% 0	3.7% 1	29.6% 8	66.7% 18	0.0% 0	27

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção das seguintes coisas?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
o edifício duma fábrica de automóveis	3.7% 1	29.6% 8	37.0% 10	3.7% 1	25.9% 7	0.0% 0	27
a organização da linha de montagem de automóveis	7.4% 2	18.5% 5	33.3% 9	18.5% 5	22.2% 6	0.0% 0	27
a carroceria de um automóvel	7.4% 2	3.7% 1	33.3% 9	3.7% 1	51.9% 14	0.0% 0	27
o motor de um automóvel	7.4% 2	25.9% 7	33.3% 9	18.5% 5	14.8% 4	0.0% 0	27
o painel de instrumentos de um automóvel	0.0% 0	0.0% 0	25.9% 7	33.3% 9	40.7% 11	0.0% 0	27
o livro de instruções de um automóvel	11.1% 3	22.2% 6	29.6% 8	14.8% 4	22.2% 6	0.0% 0	27
o cartaz publicitário de um automóvel	0.0% 0	0.0% 0	11.1% 3	18.5% 5	70.4% 19	0.0% 0	27
a campanha de marketing de um automóvel	0.0% 0	3.7% 1	18.5% 5	7.4% 2	70.4% 19	0.0% 0	27
o processo de reciclagem de um automóvel	37.0% 10	18.5% 5	14.8% 4	7.4% 2	22.2% 6	0.0% 0	27

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para a apreciação que faz dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	7.4% 2	37.0% 10	40.7% 11	3.7% 1	11.1% 3	0.0% 0	27
máquina de venda de bilhetes	11.1% 3	22.2% 6	48.1% 13	18.5% 5	0.0% 0	0.0% 0	27
portal das finanças	3.7% 1	14.8% 4	48.1% 13	25.9% 7	7.4% 2	0.0% 0	27
embalagem de ovos	18.5% 5	44.4% 12	33.3% 9	3.7% 1	0.0% 0	0.0% 0	27
cadeira de escritório	0.0% 0	11.1% 3	25.9% 7	37.0% 10	25.9% 7	0.0% 0	27
mapa das estradas	11.1% 3	7.4% 2	51.9% 14	11.1% 3	18.5% 5	0.0% 0	27
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	7.4% 2	37.0% 10	33.3% 9	22.2% 6	0.0% 0	27
sapatos	0.0% 0	0.0% 0	33.3% 9	37.0% 10	29.6% 8	0.0% 0	27
livro escolar	7.4% 2	25.9% 7	44.4% 12	7.4% 2	14.8% 4	0.0% 0	27
painel de direcções na autoestrada	3.7% 1	14.8% 4	40.7% 11	18.5% 5	22.2% 6	0.0% 0	27
máquina de lavar a loiça	7.4% 2	22.2% 6	29.6% 8	25.9% 7	14.8% 4	0.0% 0	27
telecomando da televisão	3.7% 1	22.2% 6	40.7% 11	25.9% 7	7.4% 2	0.0% 0	27

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	7.4% 2	22.2% 6	37.0% 10	11.1% 3	22.2% 6	0.0% 0	27
máquina de venda de bilhetes	0.0% 0	33.3% 9	55.6% 15	0.0% 0	11.1% 3	0.0% 0	27
portal das finanças	3.7% 1	18.5% 5	48.1% 13	14.8% 4	14.8% 4	0.0% 0	27
embalagem de ovos	18.5% 5	40.7% 11	25.9% 7	3.7% 1	11.1% 3	0.0% 0	27
cadeira de escritório	0.0% 0	11.1% 3	37.0% 10	25.9% 7	25.9% 7	0.0% 0	27
mapa das estradas	3.7% 1	25.9% 7	44.4% 12	14.8% 4	11.1% 3	0.0% 0	27
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	7.4% 2	22.2% 6	40.7% 11	29.6% 8	0.0% 0	27
sapatos	0.0% 0	3.7% 1	33.3% 9	25.9% 7	37.0% 10	0.0% 0	27
livro escolar	7.4% 2	18.5% 5	48.1% 13	7.4% 2	18.5% 5	0.0% 0	27
painel de direcções na autoestrada	3.7% 1	18.5% 5	33.3% 9	22.2% 6	22.2% 6	0.0% 0	27
máquina de lavar loiça	3.7% 1	11.1% 3	44.4% 12	18.5% 5	18.5% 5	3.7% 1	27
telecomando da televisão	0.0% 0	18.5% 5	40.7% 11	18.5% 5	22.2% 6	0.0% 0	27

**INQUÉRITO 1: 4- Síntese Parcial** ('alunos de Arquitectura')

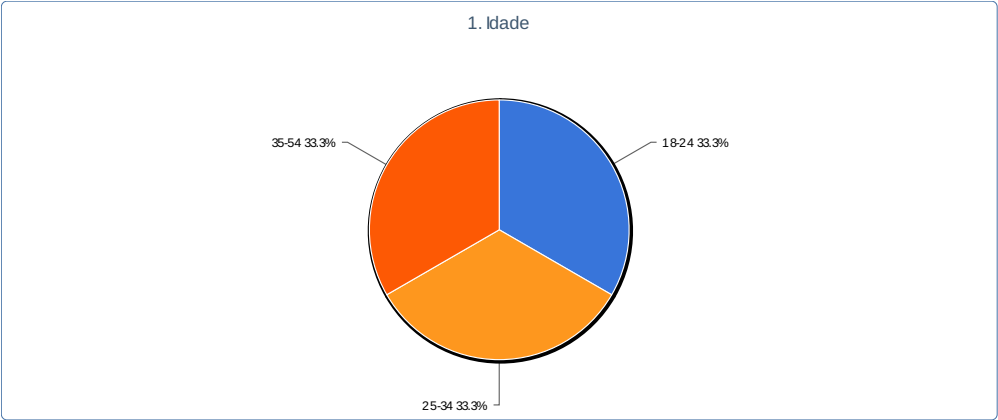
Resultados relativos ao conjunto de respostas  
provenientes de alunos do curso de Arquitectura

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

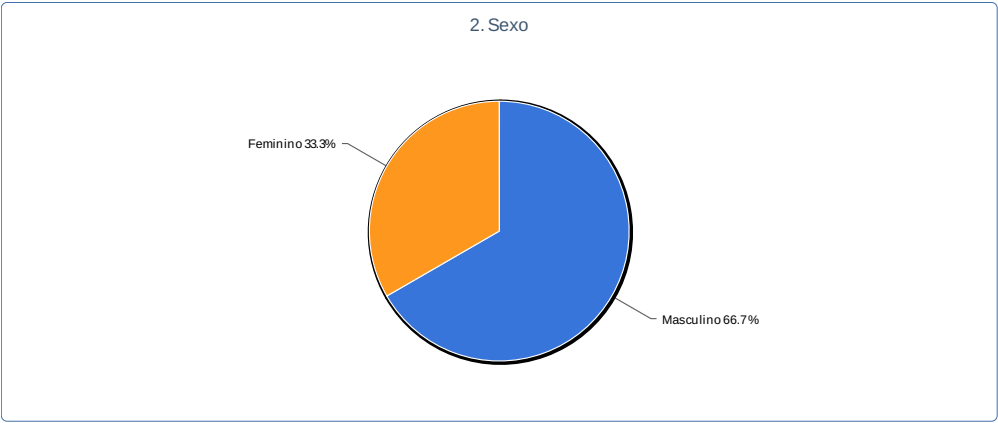
Relatório Parcial [alunos de Arquitectura]  
Survey: Sobre Design [ULL]



1. Idade

Value	Count	Percent %
18-24	5	33.3%
25-34	5	33.3%
35-54	5	33.3%

Statistics	
Total Responses	15
Sum	390.0
Avg.	26.0
StdDev	7.0
Max	35.0



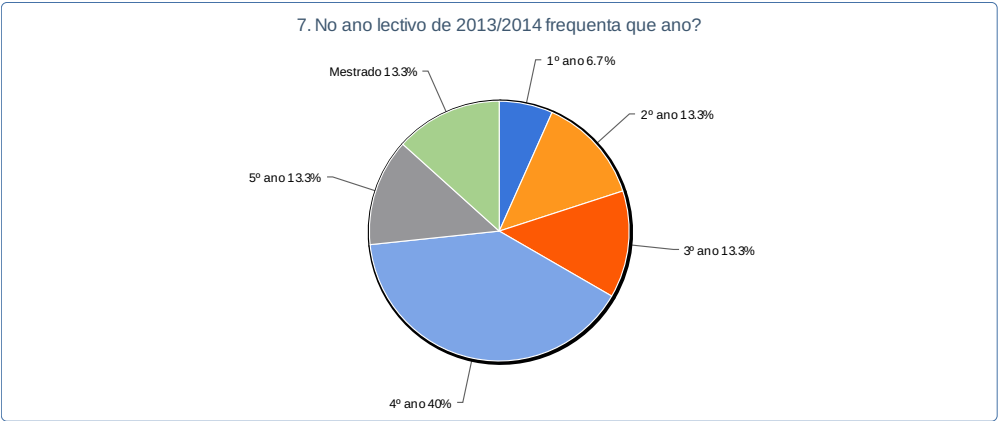
2. Sexo

Value	Count	Percent %
Masculino	10	66.7%
Feminino	5	33.3%

Statistics	
Total Responses	15



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. No ano lectivo de 2013/2014 frequenta que ano?

Value	Count	Percent %
1º ano	1	6.7%
2º ano	2	13.3%
3º ano	2	13.3%
4º ano	6	40.0%
5º ano	2	13.3%
Mestrado	2	13.3%

Statistics	
Total Responses	15
Sum	45.0
Avg.	3.5
StdDev	1.2
Max	5.0

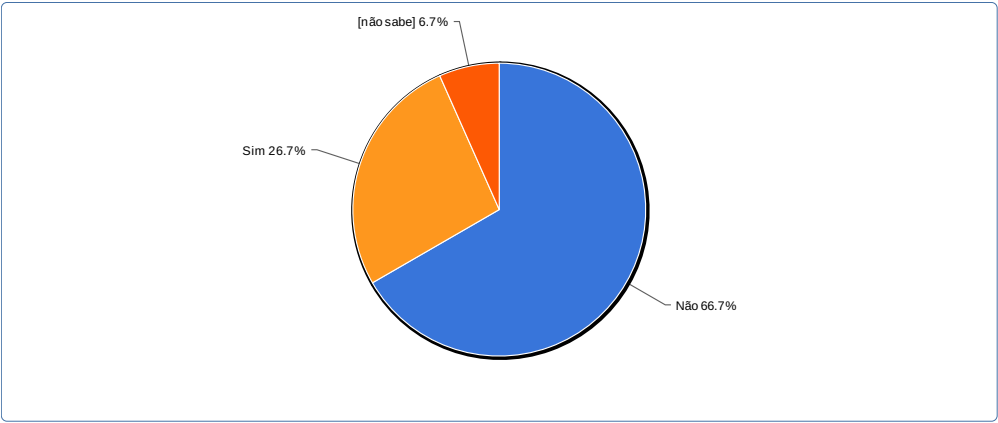


8. Está familiarizado com a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Mais ou menos	2	13.3%
Sim	13	86.7%

Statistics	
Total Responses	15

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. Quando ouve ou lê a palavra 'design' parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não	10	66.7%	Total Responses	15
Sim	4	26.7%		
[não sabe]	1	6.7%		

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, PARA SI, mais facilmente se associa ao design.

	1	2		Responses
simples	73.3% 11	26.7% 4	complexo	15
caro	60.0% 9	40.0% 6	barato	15
fútil	0.0% 0	100.0% 15	útil	15
essencial	80.0% 12	20.0% 3	superficial	15
universal	80.0% 12	20.0% 3	exclusivo	15
claro	100.0% 15	0.0% 0	obscuro	15
prático	60.0% 9	40.0% 6	artístico	15
único	53.3% 8	46.7% 7	múltiplo	15
comum	53.3% 8	46.7% 7	incomum	15

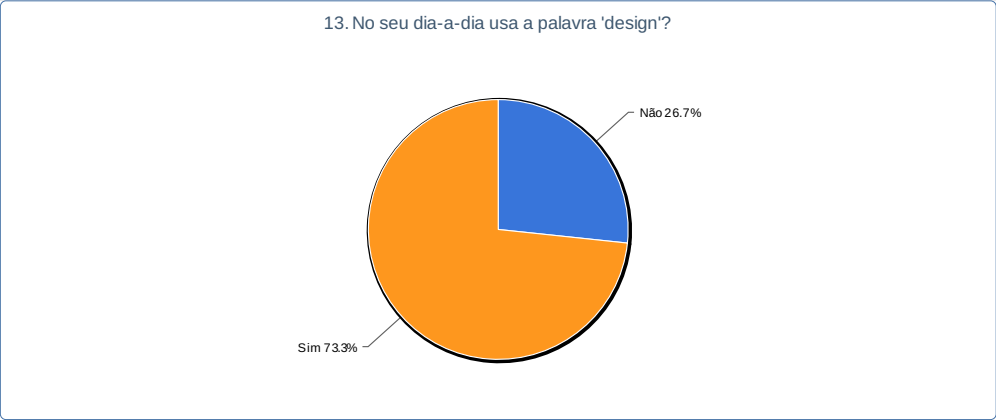
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que A GENERALIDADE DAS PESSOAS mais frequentemente associa a design.

	1	2		Responses
<b>simples</b>	<b>33.3%</b> 5	<b>66.7%</b> 10	<b>complexo</b>	15
<b>caro</b>	<b>100.0%</b> 15	<b>0.0%</b> 0	<b>barato</b>	15
<b>universal</b>	<b>6.7%</b> 1	<b>93.3%</b> 14	<b>exclusivo</b>	15
<b>fútil</b>	<b>73.3%</b> 11	<b>26.7%</b> 4	<b>útil</b>	15
<b>essencial</b>	<b>13.3%</b> 2	<b>86.7%</b> 13	<b>superficial</b>	15
<b>comum</b>	<b>6.7%</b> 1	<b>93.3%</b> 14	<b>incomum</b>	15
<b>prático</b>	<b>6.7%</b> 1	<b>93.3%</b> 14	<b>artístico</b>	15
<b>claro</b>	<b>53.3%</b> 8	<b>46.7%</b> 7	<b>obsuro</b>	15
<b>único</b>	<b>86.7%</b> 13	<b>13.3%</b> 2	<b>múltiplo</b>	15

12. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra 'design'? Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
função	105	1
concepção	98	2
desenho	97	3
projecto	80	4
funcionamento	80	5
forma	79	6
aparência	50	7
estilo	44	8
moda	22	9
Total Respondents: 15		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

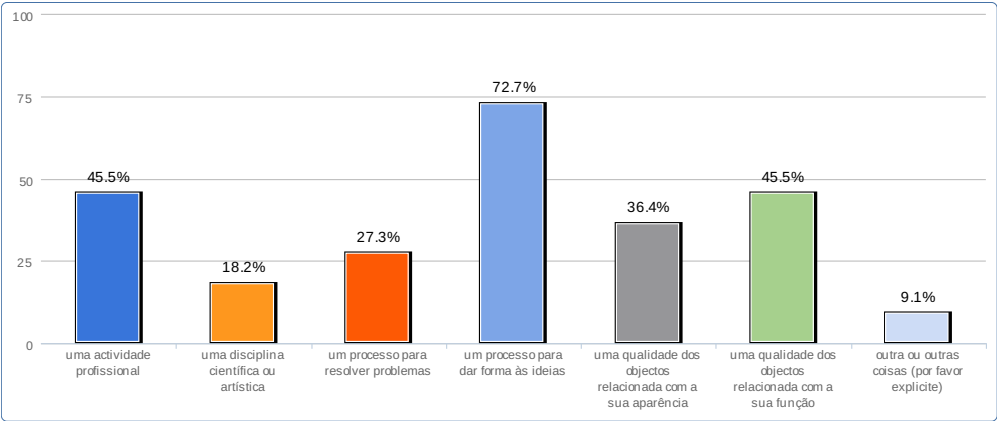


13. No seu dia-a-dia usa a palavra 'design'?

Value	Count	Percent %
Não	4	26.7%
Sim	11	73.3%

Statistics	
Total Responses	15

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



14. Quando usa a a palavra 'design', fá-lo normalmente para se referir a...

Value	Count	Percent %
uma actividade profissional	5	45.5%
uma disciplina científica ou artística	2	18.2%
um processo para resolver problemas	3	27.3%
um processo para dar forma às ideias	8	72.7%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua aparência	4	36.4%
uma qualidade dos objectos relacionada com a sua função	5	45.5%
outra ou outras coisas (por favor explicitar)	1	9.1%

Statistics	
Total Responses	11

Open-Text Response Breakdown for "outra ou outras coisas (por favor explicitar)"		Count
Left Blank		14
um misto equilibrado entre forma e função		1



15. Assinale a resposta que melhor representa a sua concordância com a seguinte frase: "O design está muito presente na minha vida."

Value			Statistics	
	Count	Percent %	Total Responses	15
Discordo	2	13.3%		
Concordo	10	66.7%		
Concordo fortemente	3	20.0%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design?

	É uma actividade que nada tem a ver com Design	É uma actividade que tem alguma coisa a ver com Design	É uma actividade que tem muito a ver com Design	É uma forma de Design	[não sabe]	Responses
Arquitectura	6.7% 1	13.3% 2	46.7% 7	33.3% 5	0.0% 0	15
Paisagismo	13.3% 2	20.0% 3	40.0% 6	26.7% 4	0.0% 0	15
Urbanismo	20.0% 3	26.7% 4	26.7% 4	26.7% 4	0.0% 0	15
Artes Plásticas	6.7% 1	26.7% 4	26.7% 4	40.0% 6	0.0% 0	15
Culinária	13.3% 2	40.0% 6	26.7% 4	20.0% 3	0.0% 0	15
Engenharia Mecânica	13.3% 2	40.0% 6	33.3% 5	13.3% 2	0.0% 0	15
Publicidade	0.0% 0	20.0% 3	40.0% 6	40.0% 6	0.0% 0	15
Moda	0.0% 0	0.0% 0	40.0% 6	60.0% 9	0.0% 0	15
Decoração de interiores	0.0% 0	6.7% 1	66.7% 10	26.7% 4	0.0% 0	15

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção das seguintes coisas?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
o edifício duma fábrica de automóveis	0.0% 0	20.0% 3	33.3% 5	26.7% 4	20.0% 3	0.0% 0	15
a organização da linha de montagem de automóveis	13.3% 2	20.0% 3	40.0% 6	6.7% 1	20.0% 3	0.0% 0	15
a carroceria de um automóvel	6.7% 1	0.0% 0	13.3% 2	20.0% 3	60.0% 9	0.0% 0	15
o motor de um automóvel	6.7% 1	13.3% 2	26.7% 4	33.3% 5	20.0% 3	0.0% 0	15
o painel de instrumentos de um automóvel	0.0% 0	0.0% 0	6.7% 1	33.3% 5	53.3% 8	6.7% 1	15
o livro de instruções de um automóvel	6.7% 1	13.3% 2	26.7% 4	26.7% 4	26.7% 4	0.0% 0	15
o cartaz publicitário de um automóvel	0.0% 0	6.7% 1	0.0% 0	33.3% 5	60.0% 9	0.0% 0	15
a campanha de marketing de um automóvel	0.0% 0	6.7% 1	6.7% 1	33.3% 5	53.3% 8	0.0% 0	15
o processo de reciclagem de um automóvel	6.7% 1	33.3% 5	20.0% 3	13.3% 2	13.3% 2	13.3% 2	15

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para a apreciação que faz dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	0.0% 0	6.7% 1	66.7% 10	20.0% 3	6.7% 1	0.0% 0	15
máquina de venda de bilhetes	0.0% 0	13.3% 2	26.7% 4	46.7% 7	13.3% 2	0.0% 0	15
portal das finanças	6.7% 1	13.3% 2	33.3% 5	40.0% 6	6.7% 1	0.0% 0	15
embalagem de ovos	13.3% 2	20.0% 3	46.7% 7	6.7% 1	13.3% 2	0.0% 0	15
cadeira de escritório	0.0% 0	0.0% 0	26.7% 4	53.3% 8	20.0% 3	0.0% 0	15
mapa das estradas	13.3% 2	13.3% 2	20.0% 3	40.0% 6	13.3% 2	0.0% 0	15
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	0.0% 0	40.0% 6	33.3% 5	26.7% 4	0.0% 0	15
sapatos	0.0% 0	0.0% 0	33.3% 5	33.3% 5	33.3% 5	0.0% 0	15
livro escolar	6.7% 1	6.7% 1	40.0% 6	33.3% 5	13.3% 2	0.0% 0	15
painel de direcções na autoestrada	0.0% 0	26.7% 4	33.3% 5	13.3% 2	26.7% 4	0.0% 0	15
máquina de lavar a loiça	0.0% 0	6.7% 1	60.0% 9	26.7% 4	6.7% 1	0.0% 0	15
telecomando da televisão	0.0% 0	20.0% 3	33.3% 5	20.0% 3	26.7% 4	0.0% 0	15

19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante na concepção dos seguintes objectos?

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]	Responses
escova de dentes	0.0% 0	6.7% 1	53.3% 8	20.0% 3	20.0% 3	0.0% 0	15
máquina de venda de bilhetes	0.0% 0	20.0% 3	20.0% 3	40.0% 6	20.0% 3	0.0% 0	15
portal das finanças	6.7% 1	6.7% 1	26.7% 4	40.0% 6	20.0% 3	0.0% 0	15
embalagem de ovos	6.7% 1	33.3% 5	20.0% 3	26.7% 4	13.3% 2	0.0% 0	15
cadeira de escritório	0.0% 0	0.0% 0	20.0% 3	46.7% 7	33.3% 5	0.0% 0	15
mapa das estradas	6.7% 1	26.7% 4	13.3% 2	26.7% 4	26.7% 4	0.0% 0	15
cadeirinha de bebé (p/ automóvel)	0.0% 0	6.7% 1	26.7% 4	33.3% 5	33.3% 5	0.0% 0	15
sapatos	0.0% 0	6.7% 1	20.0% 3	40.0% 6	33.3% 5	0.0% 0	15
livro escolar	6.7% 1	0.0% 0	33.3% 5	40.0% 6	20.0% 3	0.0% 0	15
painel de direcções na autoestrada	0.0% 0	13.3% 2	33.3% 5	33.3% 5	20.0% 3	0.0% 0	15
máquina de lavar loiça	0.0% 0	6.7% 1	26.7% 4	46.7% 7	20.0% 3	0.0% 0	15
telecomando da televisão	0.0% 0	6.7% 1	40.0% 6	33.3% 5	20.0% 3	0.0% 0	15

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

### **INQUÉRITO 1: 5- Guião do inquérito**

Questões e condicionamentos lógicos

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

## Sobre Design

[introdução · sobre o inquérito]

ID 2

### INQUÉRITO SOBRE A PERCEPÇÃO PÚBLICA DO DESIGN

O presente inquérito integra-se numa investigação de doutoramento em Design em desenvolvimento na Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa. A sua colaboração é muito importante, pelo que desde já lhe agradeço. Pedro Cortesão Monteiro

O inquérito é **anónimo** e tem 9 páginas (incluindo esta). O seu preenchimento deverá demorar menos de 10 minutos.

[01 · sobre si]

ID 120

1. Idade \*

- ☐ menos de 18
- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-54
- ☐ 55+

ID 143

2. Sexo \*

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

Show/hide trigger exists.

ID 144

3. É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa? \*

- ☐ sim
- ☐ não

Show/hide trigger exists. Dynamically shown if "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = não or "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = não

ID 283

4. É docente da Universidade Lusíada de Lisboa? \*

- ☐ Sim
- ☐ Não

Locais Dynamically shown if "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = sim or "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = sim  
ID 122

5. Qual o curso que frequenta na Universidade Lusíada de Lisboa? \*

Arquitectura  
Artes de representar  
Artes visuais  
Comunicação e multimédia  
Contabilidade  
Design  
Direito  
Economia  
Engenharia electrotécnica e de computadores  
Engenharia informática  
Gestão de empresa  
Gestão das organizações desportivas  
Gestão de recursos humanos  
Informática  
Jazz e música moderna  
Marketing e publicidade  
Motricidade humana  
Políticas de segurança  
Psicologia  
Relações internacionais  
Serviço social  
Solicitadoria  
Turismo

Locais Dynamically shown if "É docente da Universidade Lusíada de Lisboa?" = Sim or "É docente da Universidade Lusíada de Lisboa?" = Sim  
ID 286

6. Qual a licenciatura da Universidade Lusíada de Lisboa em que lecciona? \*

Se lecciona em mais que uma, escolha a principal.

Arquitectura  
Artes de representar  
Artes visuais  
Comunicação e multimédia  
Contabilidade  
Design  
Direito  
Economia  
Engenharia electrotécnica e de computadores  
Engenharia informática  
Gestão de empresa  
Gestão das organizações desportivas  
Gestão de recursos humanos  
Informática  
Jazz e música moderna  
Marketing e publicidade  
Motricidade humana  
Políticas de segurança  
Psicologia  
Relações internacionais  
Serviço social  
Solicitadoria  
Turismo



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

Logic Dynamically shown if "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = sim or "É aluno/a da Universidade Lusíada de Lisboa?" = sim

ID 141

7. No ano lectivo de 2013/2014 frequenta que ano? \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano
- 4º ano
- 5º ano
- Mestrado
- Doutoramento

## [ 02 : sobre a familiaridade com palavra 'design' ]

Logic Show/hide trigger exists.

ID 3

8. Está familiarizado com a palavra '**design**'? \*

- ☐ Não ☐ Mais ou menos ☐ Sim

Logic Dynamically shown if "Está familiarizado com a palavra '**design**'?" = Mais ou menos or "Está familiarizado com a palavra '**design**'?" = Sim

ID 4

9. Quando ouve ou lê a palavra '**design**' parece-lhe que ela é sempre usada com o mesmo sentido? \*

- ☐ Não ☐ Sim ☐ [não sabe]

Page exit logic: Fim prematuro

IF: Question #8 contains any ("") THEN: Disqualify and display:

Como respondeu negativamente à questão anterior, o inquérito termina aqui. Muito obrigado pela sua colaboração!

## [ 03 : sobre os significados da palavra 'design' ]

ID 243

10. Em cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que, PARA SI, mais facilmente se associa ao **design**. \*

Na resposta a esta questão deve pensar no que significa para si o design enquanto atributo dos objectos (de qualquer tipo). Por exemplo, associa mais facilmente "design" a um objecto 'simples' ou 'complexo'? etc.

	1	2	
universal *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	exclusivo *
essencial *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	superficial *
claro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	obscuro *
fútil *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	útil *
comum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	incomum *
prático *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	artístico *
único *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	múltiplo *
caro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	barato *
simples *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	complexo *

ID 146

11. Em cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que A GENERALIDADE DAS PESSOAS mais frequentemente associa a design. \*

Na resposta a esta questão deve considerar o sentido que a **generalidade das pessoas** dão ao design enquanto atributo dos objectos (de qualquer tipo). Por exemplo, acha que design é mais frequentemente associado a objectos 'simples' ou 'complexos'? Etc.

	1	2	
claro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	obscuro *
comum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	incomum *
fútil *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	útil *
simples *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	complexo *
caro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	barato *
único *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	múltiplo *
essencial *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	superficial *
universal *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	exclusivo *
prático *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	artístico *

VALIDATION Min. answers = 9 (if answered)

ID 40

12. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor *traduzem* a palavra '**design**'? Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada.

(Pode reorganizar as palavras depois das arrastar para o quadro da direita.)

Arraste os itens da lista à esquerda para a lista à direita

moda	<div></div>
projecto	
forma	
desenho	
concepção	
funcionamento	
aparência	
função	
estilo	

[ 04 · sobre o uso que faz da palavra 'design' ]

LOGIC Show/hide trigger exists.

ID 275

13. No seu dia-a-dia usa a palavra '**design**'? \*

Não ☐ Sim ☐

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

Dynamically shown if "No seu dia-a-dia usa a palavra 'design'?" = Sim

58

14. Quando usa a a palavra '**design**', fá-lo normalmente para se referir a... \*

(escolha todas as opções que se aplicarem)

uma actividade profissional

☐

uma disciplina científica ou artística

☐

um processo para resolver problemas

☐

um processo para dar forma às ideias

☐

uma qualidade dos objectos relacionada com a sua aparência

☐

uma qualidade dos objectos relacionada com a sua função

☐

outra ou outras coisas (por favor explicita)

☐

[ 05 · sobre a importância do design ]

281

15. Assinale a resposta que melhor representa a sua concordância com a seguinte frase: "O design está muito presente na minha vida." \*

Discordo fortemente

☐

Discordo

☐

Concordo

☐

Concordo fortemente

☐

[ 06 · sobre design e outras actividades ]

215

16. Em que medida lhe parece que as seguintes actividades se relacionam com o design? \*

Na resposta a esta questão deve pensar se as actividades listadas têm afinidades com o design, se são especialidades ou formas de design ou se são actividades do mesmo tipo ou similares.

	É uma actividade que nada tem a ver com Design	É uma actividade que tem alguma coisa a ver com Design	É uma actividade que tem muito a ver com Design	É uma forma de Design	[não sabe]
Culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arquitectura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paisagismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decoração de interiores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Engenharia Mecânica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artes Plásticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publicidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urbanismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ 07 · sobre a função e os âmbitos do design ]

254

17. Em que medida é que acha que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante **na concepção** das seguintes coisas? \*

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]
o edifício duma fábrica de automóveis *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
a organização da linha de montagem de automóveis *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
a carroceria de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o motor de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o painel de instrumentos de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o livro de instruções de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o cartaz publicitário de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
a campanha de marketing de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o processo de reciclagem de um automóvel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ 07 · sobre a função e os âmbitos do design ]

226

18. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante para **a apreciação** que faz dos seguintes objectos? \*

Na resposta a esta questão deve colocar-se na sua condição de utilizador e pensar no modo como o design influencia a sua percepção ou apreciação de cada um dos objectos mencionados. (O termo "objecto" é aqui entendido no seu sentido mais lato.)

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]
livro escolar *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
embalagem de ovos *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cadeira de escritório *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
máquina de lavar a loiça *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
máquina de venda de bilhetes *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sapatos *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]
mapa das estradas *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
portal das finanças *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
escova de dentes *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cadeirinha de bebé (p/ automóvel) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
telecomando da televisão *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
painel de direcções na autoestrada *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

ID 8

19. Em que medida é que o design, tal como o entende, lhe parece ser relevante **na concepção** dos seguintes objectos? \*

Na resposta a esta questão deve pensar no papel que acha que o design tem na concepção (projecto e produção) de cada um dos objectos. (O termo "objecto" é aqui entendido no seu sentido mais lato.)

	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]
escova de dentes *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sapatos *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
telecomando da televisão *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cadeira de escritório *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cadeirinha de bebé (p/ automóvel) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
máquina de lavar loiça *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	O design é irrelevante	O design é pouco importante	O design é importante	O design é muito importante	O design é imprescindível	[não sabe]
painel de direcções na autoestrada *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
embalagem de ovos *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
máquina de venda de bilhetes *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mapa das estradas *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
portal das finanças *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
livro escolar *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Obrigado!**

ID 1

A sua colaboração foi muito importante. Muito obrigado por ter respondido ao nosso inquérito!





## INQUÉRITO 2

“Sobre Design #2 [Profissionais]”,  
inquérito realizado em linha a profissionais do Design em Fevereiro de 2014.

No segundo anexo, apresentam-se os resultados do segundo inquérito, realizado em linha em Fevereiro de 2014, junto de um vasto conjunto de profissionais de design. Começámos por enviá-lo para a nossa rede de contactos (por email e através das redes sociais) e solicitámos a sua disseminação viral, o que garantiu o acesso a um conjunto muito diversificado de respondentes, do ponto de vista geracional, experiência profissional e área de actividade. A selecção de inquiridos não teve a veleidade de garantir uma proporção representativa das diversas áreas do design. Ainda assim, procurou-se, por exemplo, que os profissionais de Design de Moda não tivessem uma representação residual e afastada do seu peso social, recorrendo-se aos préstimos de colegas docentes dos cursos em Design de Moda da FA/UL, no sentido de poder chegar a mais profissionais da área.

O questionário foi construído em linha, com recurso à ferramenta *SurveyGizmo*, a partir de uma versão simplificada do questionário usado no Inquérito 1, à qual foi acrescentada uma série de questões específicas, no sentido de verificar e comprovar a nossa hipótese. Os resultados foram expressivos, mas não podemos afirmar que são representativos do universo de profissionais activos em Portugal pelo simples facto de não existirem dados estatísticos disponíveis, quer do INE quer das associações profissionais. A actividade de designer só recentemente foi considerada no Código do IVA e não tem enquadramento associativo obrigatório que escrutine o seu exercício, ao contrário de outras profissões. Todavia, temos a convicção de que o número de respostas é significativo.



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

## **INQUÉRITO 2: 1- Síntese Global**

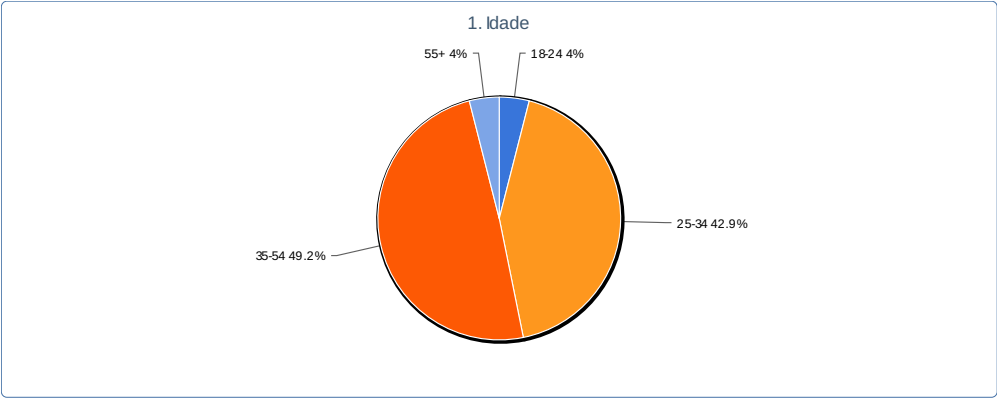
Resultados relativos ao conjunto total das respostas

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

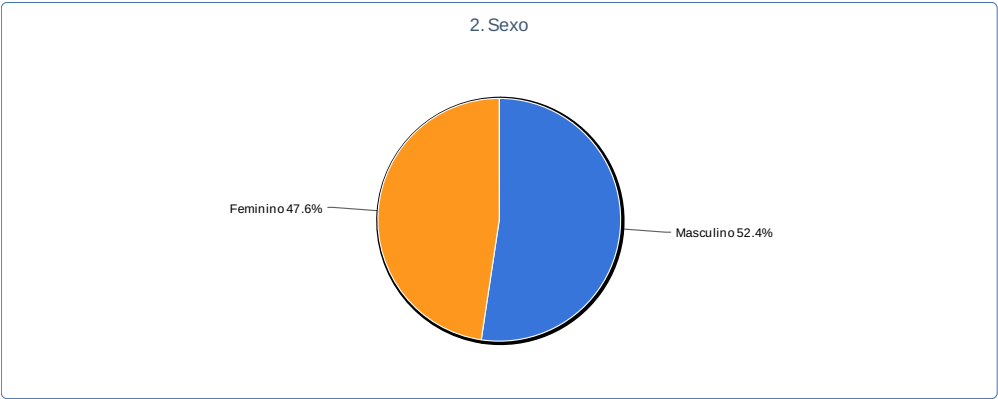
Relatório Global  
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

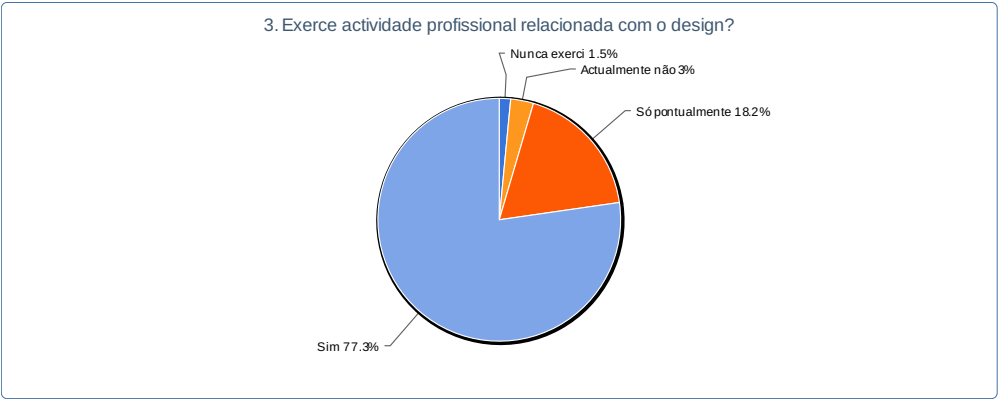
Value	Count	Percent %
18-24	5	4.0%
25-34	54	42.9%
35-54	62	49.2%
55+	5	4.0%

Statistics	
Total Responses	126
Sum	3,885.0
Avg.	30.8
StdDev	7.3
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	126
Masculino	66	52.4%		
Feminino	60	47.6%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	1	1.5%
Actualmente não	2	3.0%
Só pontualmente	12	18.2%
Sim	51	77.3%

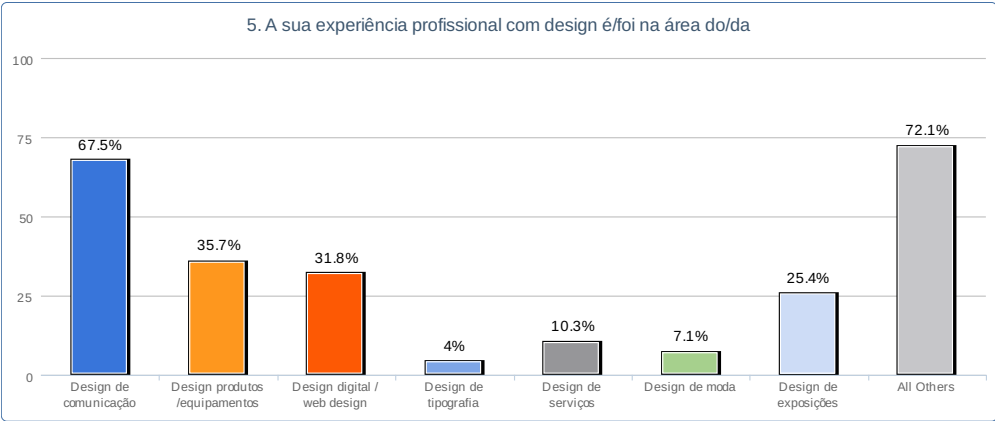
Statistics	
Total Responses	66



4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	15	11.9%	Total Responses	126
Mais de dois e menos de cinco anos	22	17.5%		
Mais de cinco e menos de dez anos	27	21.4%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	34	27.0%		
Mais de vinte anos	28	22.2%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

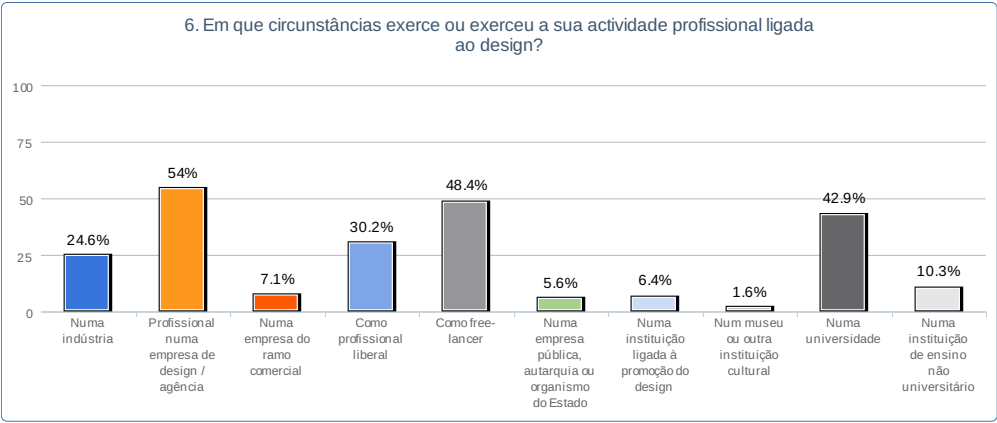


5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	85	67.5%
Design produtos /equipamentos	45	35.7%
Design digital / web design	40	31.8%
Design de tipografia	5	4.0%
Design de serviços	13	10.3%
Design de moda	9	7.1%
Design de exposições	32	25.4%
Design de interiores / ambientes	27	21.4%
Educação / Investigação	44	34.9%
Teoria / Crítica	10	7.9%
Outros	10	7.9%

Statistics	
Total Responses	126

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		116
Arquitectura		1
Arquitetura		1
Consultoria, prototipagem, produção e engenharia de produto		1
Design de tipos de letra		1
Gráfico		2
Iluminação		1
design Industrial packaging		1
nada		1
consultoria, concursos, relação com a indústria, promoção e divulgação da actividade, organização de congressos e associativismo profissional		1



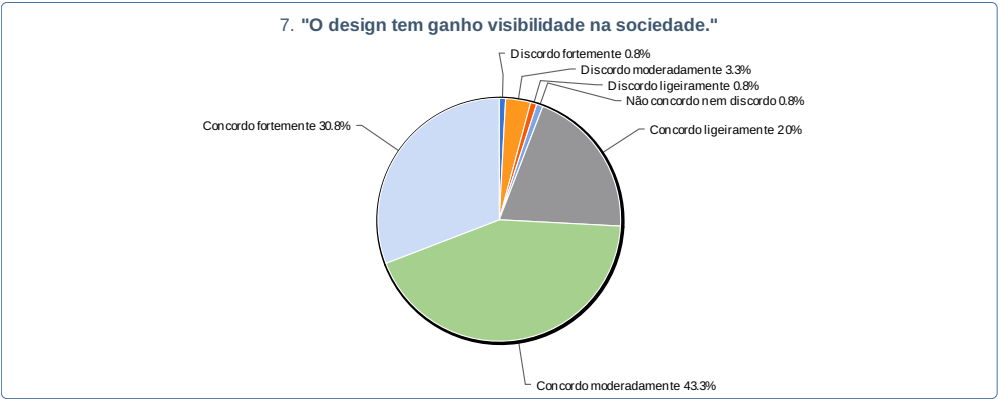
6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	31	24.6%
Profissional numa empresa de design / agência	68	54.0%
Numa empresa do ramo comercial	9	7.1%
Como profissional liberal	38	30.2%
Como free-lancer	61	48.4%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	7	5.6%
Numa instituição ligada à promoção do design	8	6.4%
Num museu ou outra instituição cultural	2	1.6%
Numa universidade	54	42.9%
Numa instituição de ensino não universitário	13	10.3%

Statistics	
Total Responses	126



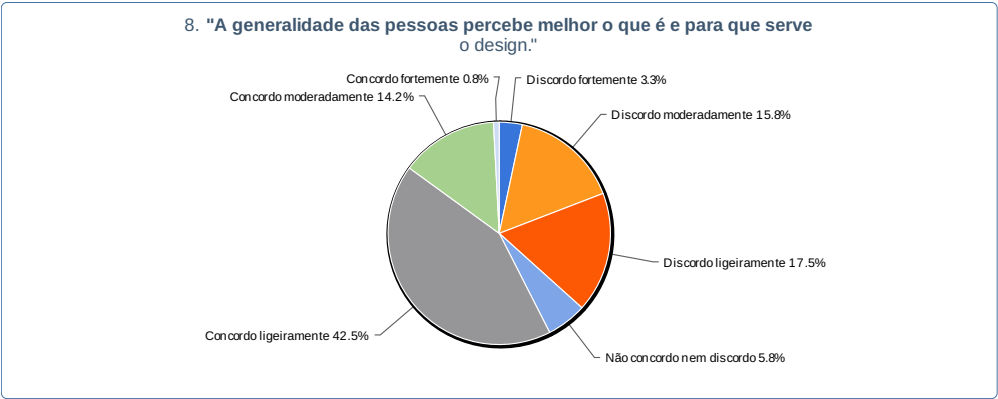
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	1	0.8%
Discordo moderadamente	4	3.3%
Discordo ligeiramente	1	0.8%
Não concordo nem discordo	1	0.8%
Concordo ligeiramente	24	20.0%
Concordo moderadamente	52	43.3%
Concordo fortemente	37	30.8%

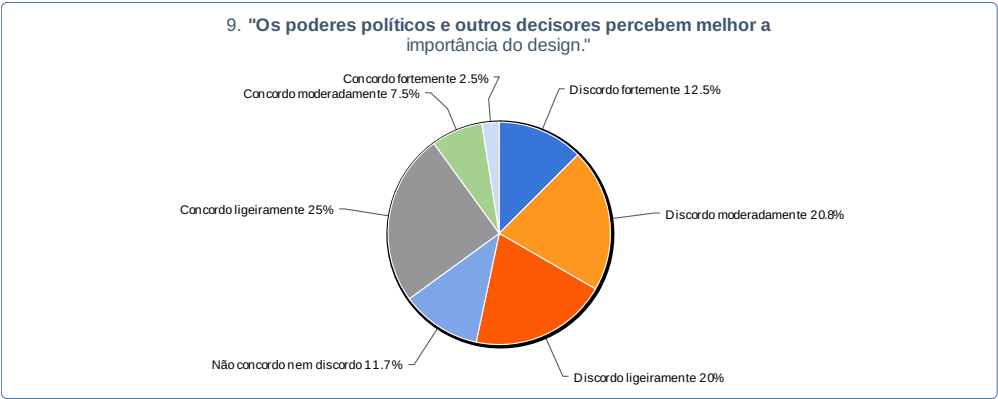
Statistics	
Total Responses	120
Sum	707.0
Avg.	5.9
StdDev	1.2
Max	7.0



8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	4	3.3%	Total Responses	120
Discordo moderadamente	19	15.8%	Sum	497.0
Discordo ligeiramente	21	17.5%	Avg.	4.1
Não concordo nem discordo	7	5.8%	StdDev	1.5
Concordo ligeiramente	51	42.5%	Max	7.0
Concordo moderadamente	17	14.2%		
Concordo fortemente	1	0.8%		

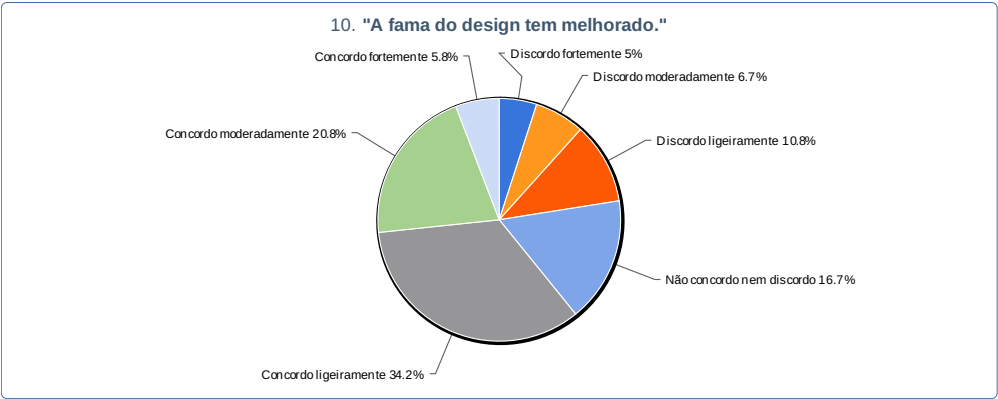
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	15	12.5%
Discordo moderadamente	25	20.8%
Discordo ligeiramente	24	20.0%
Não concordo nem discordo	14	11.7%
Concordo ligeiramente	30	25.0%
Concordo moderadamente	9	7.5%
Concordo fortemente	3	2.5%

Statistics	
Total Responses	120
Sum	418.0
Avg.	3.5
StdDev	1.6
Max	7.0

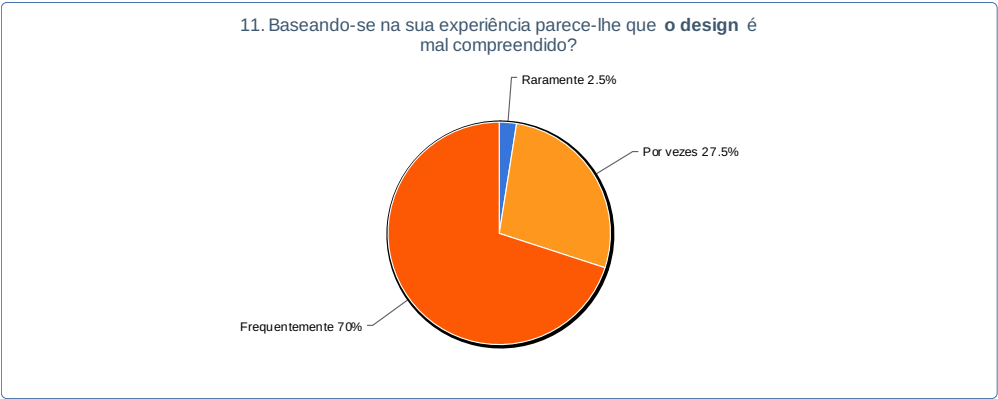


10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	6	5.0%
Discordo moderadamente	8	6.7%
Discordo ligeiramente	13	10.8%
Não concordo nem discordo	20	16.7%
Concordo ligeiramente	41	34.2%
Concordo moderadamente	25	20.8%
Concordo fortemente	7	5.8%

Statistics	
Total Responses	120
Sum	545.0
Avg.	4.5
StdDev	1.5
Max	7.0

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

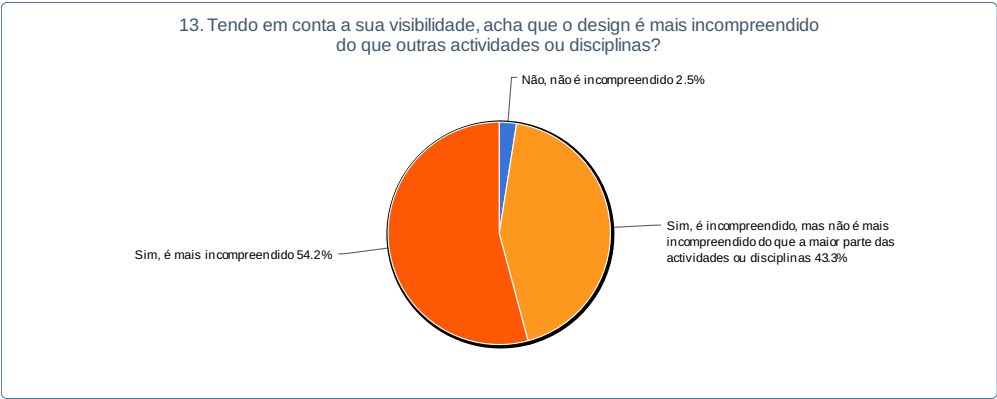
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	120
Raramente	3	2.5%		
Por vezes	33	27.5%		
Frequentemente	84	70.0%		
Sempre	0	0.0%		



12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

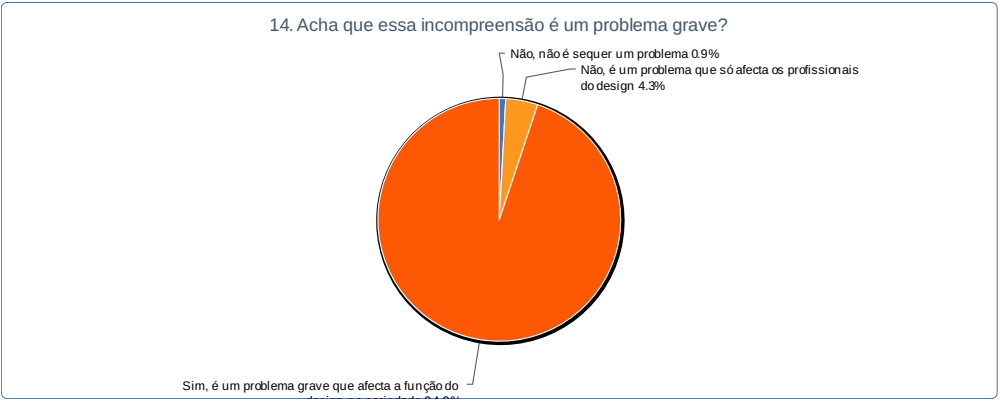
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	120
Raramente	5	4.2%		
Por vezes	27	22.5%		
Frequentemente	85	70.8%		
Sempre	3	2.5%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	3	2.5%	Total Responses	120
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	52	43.3%		
Sim, é mais incompreendido	65	54.2%		



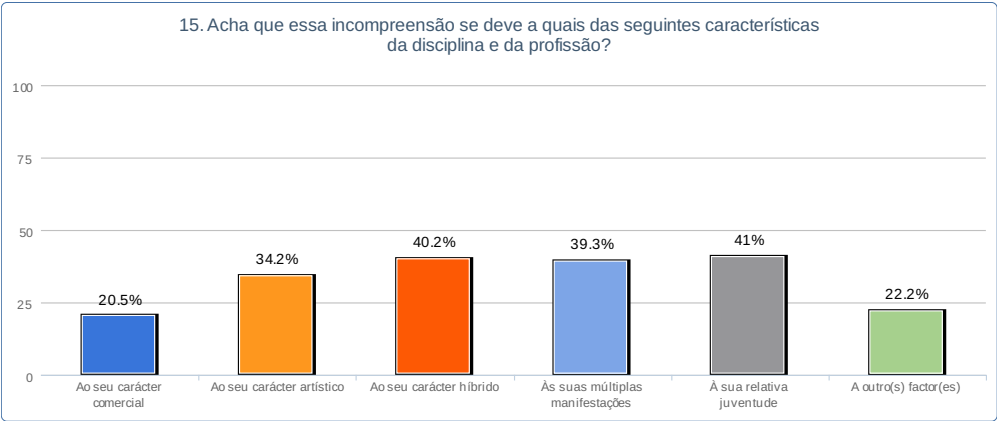
14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %
Não, não é sequer um problema	1	0.9%
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	5	4.3%
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	111	94.9%

Statistics	
Total Responses	117



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	24	20.5%
Ao seu carácter artístico	40	34.2%
Ao seu carácter híbrido	47	40.2%
Às suas múltiplas manifestações	46	39.3%
À sua relativa juventude	48	41.0%
A outro(s) factor(es)	26	22.2%

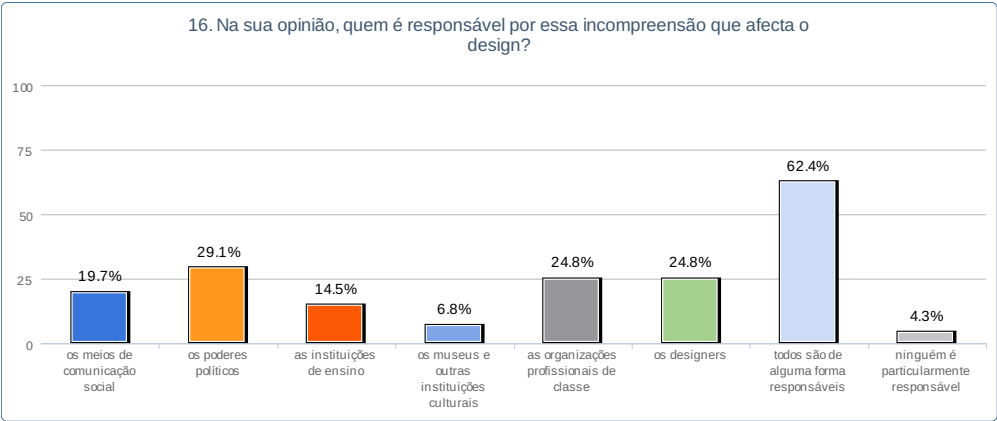
  

Statistics	
Total Responses	117

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
<i>Left Blank</i>		101
Ao facto de ainda requerer algum amadurecimento enquanto disciplina científica		1
Atraso da sociedade Portuguesa (provincianismo)		1
Confusão entre aparência e design		1
Cultura e sentido crítico baixo da generalidade da população		1
Custo		1
Exaltação de maus exemplos de/a intervenção do Design		1
Falta de enquadramento legal e pelo comportamento dos designers		1
Ignorância da sociedade		1
Ignorância dos decisores: Políticos, empregadores, e clientes		1
O incorrecto uso do termo Design, relacionando-o quase exclusivamente à estética.		1
São tantos que dava para escrever um livro		1
a especialização da formação		1
ao seu valor e tempo de concepção		1
carácter multidisciplinar, indefinição das suas fronteiras com outras disciplinas		1
falta de referências culturais		1
falta de regulamentação da profissão		1
ignorância		1
não ter uma Ordem, uma regra		1
pela incompreensão da sua utilidade e necessidade		1
Ao facto de não haver uma certa regulamentação/limites dentro da profissão. Não defendo a existência de uma ordem, mas alguma identidade que defenda os direitos da profissão (ex: regulamentação de estágios, não existir/não tabela de preços regulamentada e aprovada no parlamento sobre como taxar serviços de design)		1
Déficit cultural de público e decisores e dificuldade dos designers em se autopromoverem na sociedade		1
à sua abrangência e mutabilidade		1
às formas da sua exploração comercial		1
às áreas em que se aplica		1
ética		1

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	23	19.7%
os poderes políticos	34	29.1%
as instituições de ensino	17	14.5%
os museus e outras instituições culturais	8	6.8%
as organizações profissionais de classe	29	24.8%
os designers	29	24.8%
todos são de alguma forma responsáveis	73	62.4%
ninguém é particularmente responsável	5	4.3%

Statistics	
Total Responses	117

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
os designers	419	1
as organizações profissionais de classe	415	2
o sistema de ensino	369	3
os meios de comunicação social	363	4
os poderes políticos	331	5
os museus e outras instituições culturais	131	6
<b>Total Respondents: 117</b>		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	73.3% 88	26.7% 32	complexo	120
caro	30.8% 37	69.2% 83	barato	120
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	0.8% 1	99.2% 119	útil	120
essencial	97.5% 117	2.5% 3	superficial	120
universal	92.5% 111	7.5% 9	exclusivo	120
claro	98.3% 118	1.7% 2	obscurο	120
prático	87.5% 105	12.5% 15	artístico	120
único	36.7% 44	63.3% 76	múltiplo	120
comum	55.8% 67	44.2% 53	incomum	120

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	33.3% 40	66.7% 80	complexo	120
caro	94.2% 113	5.8% 7	barato	120
universal	9.2% 11	90.8% 109	exclusivo	120
fútil	75.0% 90	25.0% 30	útil	120
essencial	10.0% 12	90.0% 108	superficial	120
comum	17.5% 21	82.5% 99	incomum	120
prático	10.0% 12	90.0% 108	artístico	120
claro	45.8% 55	54.2% 65	obscurο	120
único	75.0% 90	25.0% 30	múltiplo	120

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '*design*'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
concepção	853	1
projecto	803	2
função	800	3
funcionamento	642	4
forma	627	5
desenho	577	6
aparência	270	7
estilo	235	8
moda	115	9
Total Respondents: 120		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

**INQUÉRITO 2: 2- Síntese Parcial** ('designers juniores')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de designers com menos de dez anos de experiência profissional



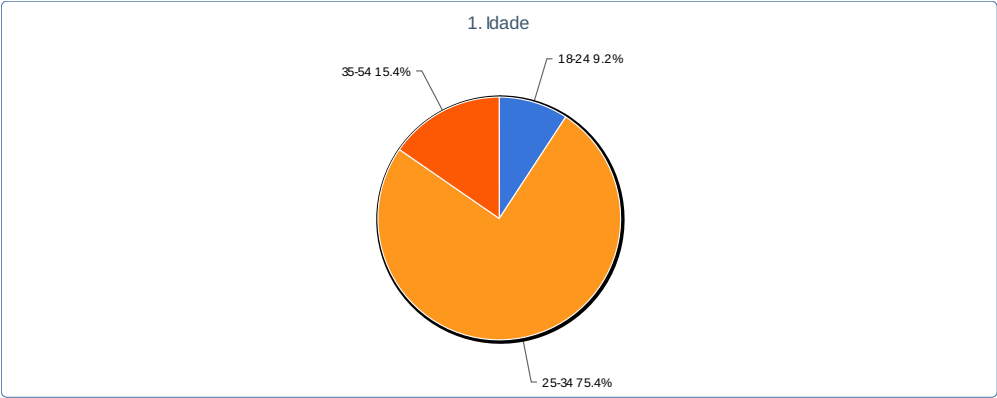
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [designers juniores]

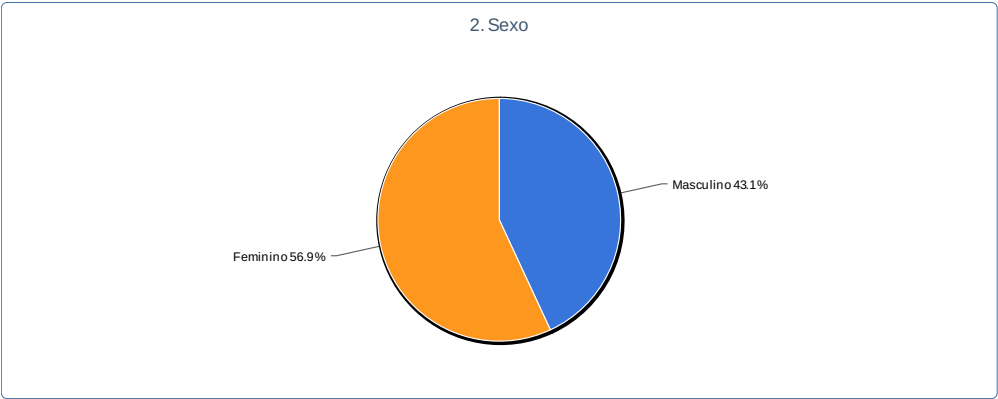
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

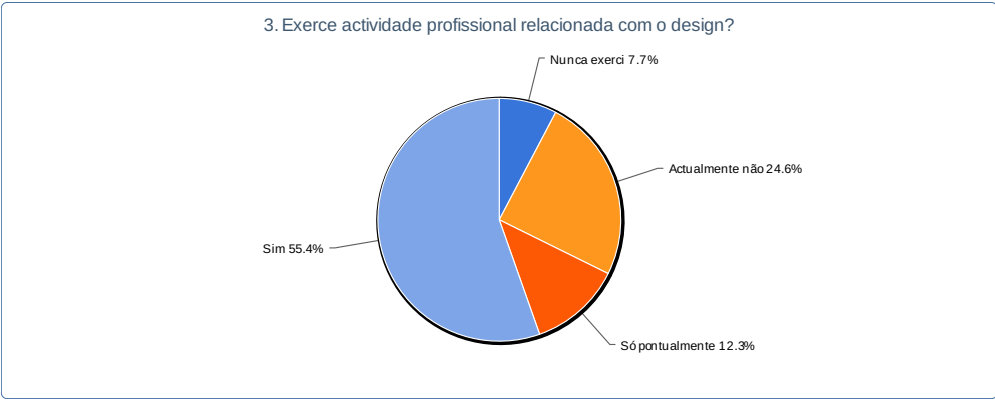
Value	Count	Percent %
18-24	6	9.2%
25-34	49	75.4%
35-54	10	15.4%
55+	0	0.0%

Statistics	
Total Responses	65
Sum	1,683.0
Avg.	25.9
StdDev	4.4
Max	35.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	65
Masculino	28	43.1%		
Feminino	37	56.9%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	5	7.7%
Actualmente não	16	24.6%
Só pontualmente	8	12.3%
Sim	36	55.4%

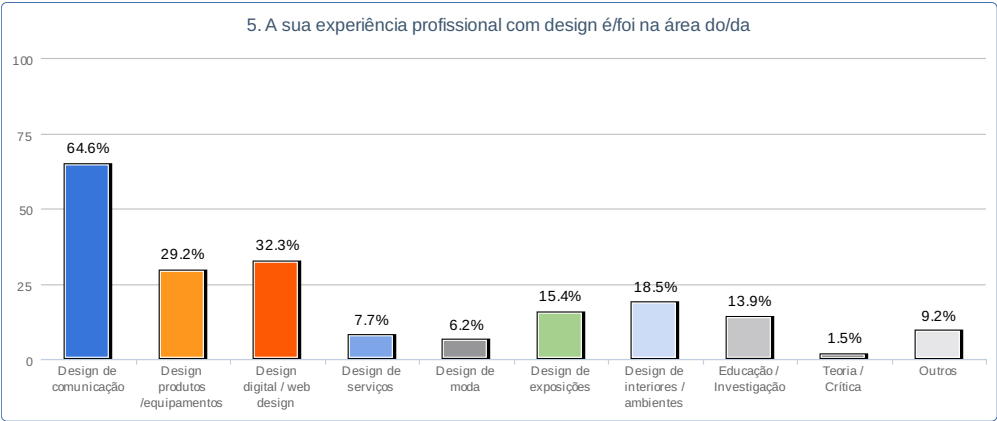
Statistics	
Total Responses	65



4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	16	24.6%	Total Responses	65
Mais de dois e menos de cinco anos	22	33.9%		
Mais de cinco e menos de dez anos	27	41.5%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	0	0.0%		
Mais de vinte anos	0	0.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

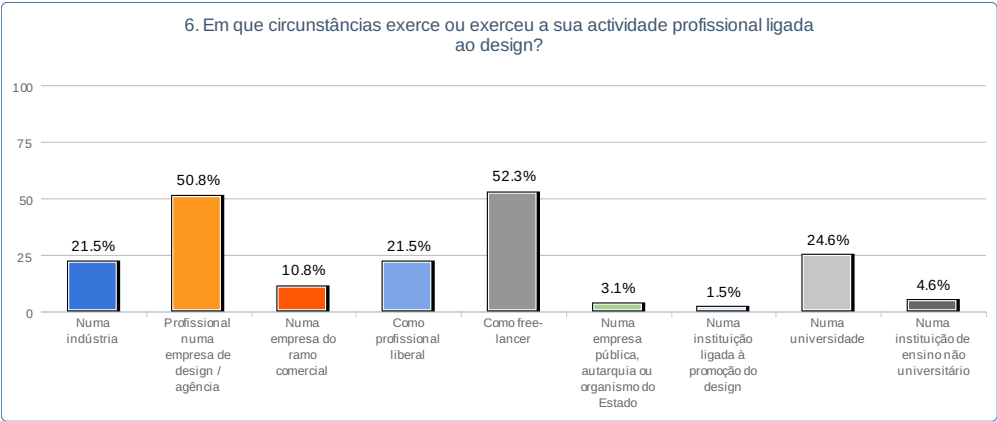


5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	42	64.6%
Design produtos /equipamentos	19	29.2%
Design digital / web design	21	32.3%
Design de tipografia	0	0.0%
Design de serviços	5	7.7%
Design de moda	4	6.2%
Design de exposições	10	15.4%
Design de interiores / ambientes	12	18.5%
Educação / Investigação	9	13.9%
Teoria / Crítica	1	1.5%
Outros	6	9.2%

Statistics	
Total Responses	65

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		59
Arquitectura		1
Arquitetura		1
Gráfico		2
design Industrial packaging		1
nada		1

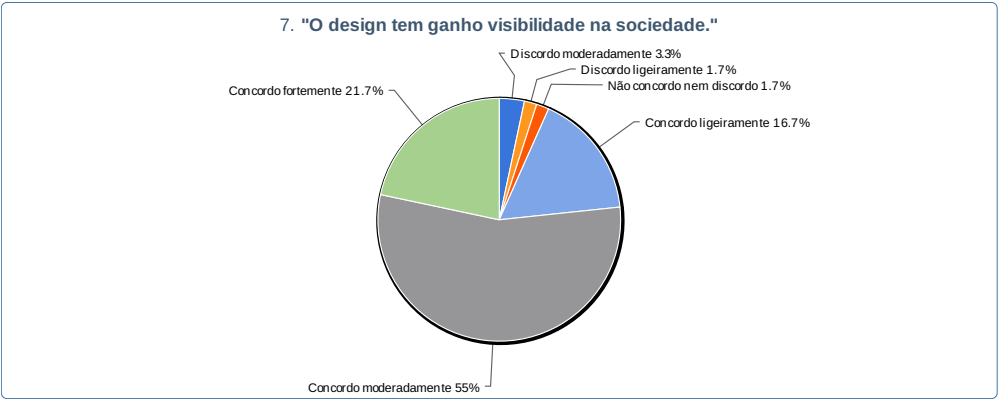


6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	14	21.5%
Profissional numa empresa de design / agência	33	50.8%
Numa empresa do ramo comercial	7	10.8%
Como profissional liberal	14	21.5%
Como free-lancer	34	52.3%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	2	3.1%
Numa instituição ligada à promoção do design	1	1.5%
Num museu ou outra instituição cultural	0	0.0%
Numa universidade	16	24.6%
Numa instituição de ensino não universitário	3	4.6%

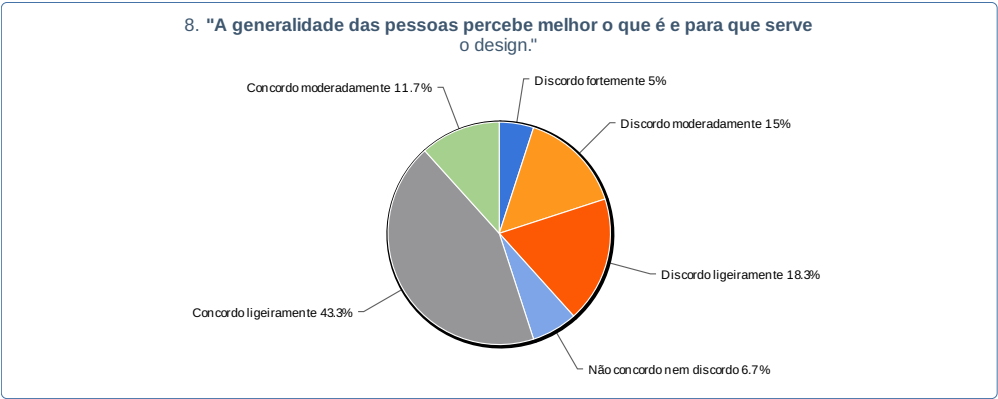
Statistics	
Total Responses	65

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	0	0.0%	Total Responses	60
Discordo moderadamente	2	3.3%	Sum	350.0
Discordo ligeiramente	1	1.7%	Avg.	5.8
Não concordo nem discordo	1	1.7%	StdDev	1.1
Concorde ligeiramente	10	16.7%	Max	7.0
Concorde moderadamente	33	55.0%		
Concorde fortemente	13	21.7%		

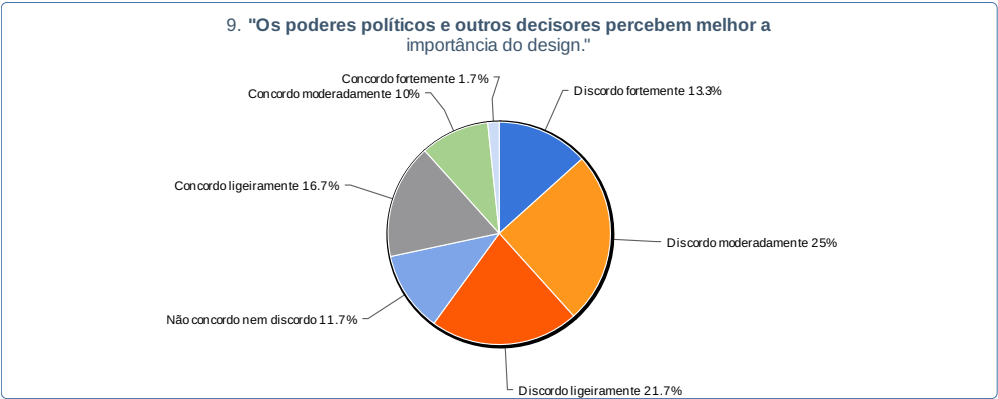


8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	3	5.0%	Total Responses	60
Discordo moderadamente	9	15.0%	Sum	242.0
Discordo ligeiramente	11	18.3%	Avg.	4.0
Não concordo nem discordo	4	6.7%	StdDev	1.5
Concordo ligeiramente	26	43.3%	Max	6.0
Concordo moderadamente	7	11.7%		
Concordo fortemente	0	0.0%		

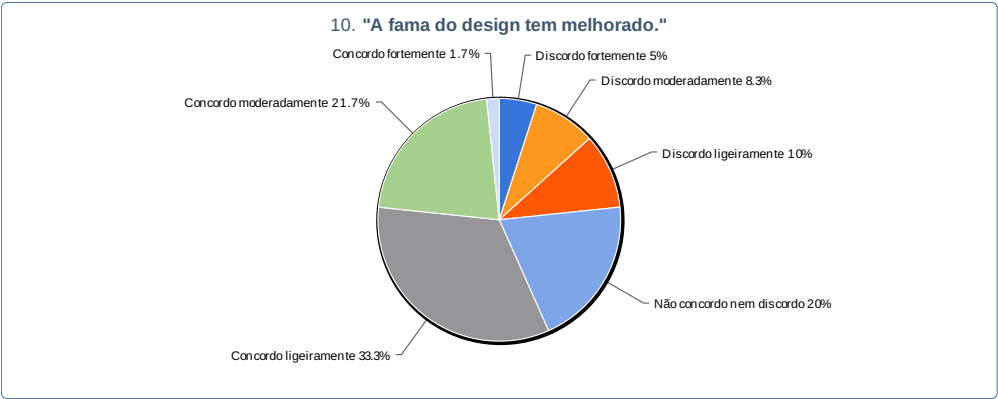


A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	8	13.3%	Total Responses	60
Discordo moderadamente	15	25.0%	Sum	198.0
Discordo ligeiramente	13	21.7%	Avg.	3.3
Não concordo nem discordo	7	11.7%	StdDev	1.6
Concordo ligeiramente	10	16.7%	Max	7.0
Concordo moderadamente	6	10.0%		
Concordo fortemente	1	1.7%		

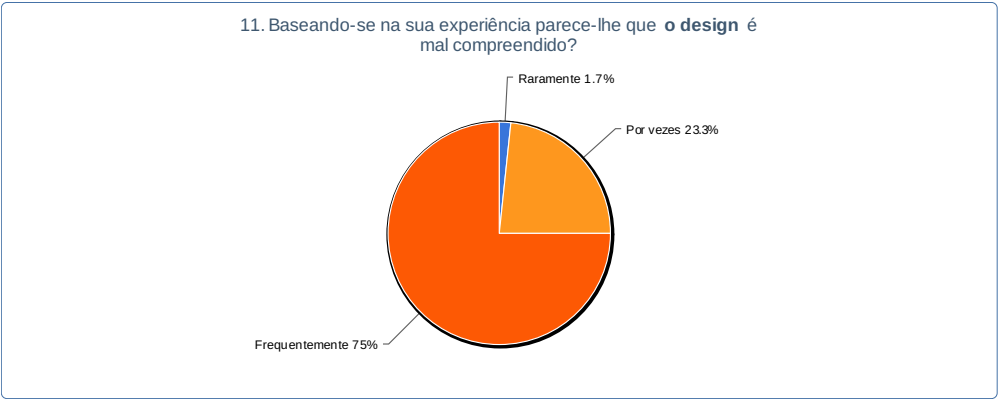


10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	3	5.0%
Discordo moderadamente	5	8.3%
Discordo ligeiramente	6	10.0%
Não concordo nem discordo	12	20.0%
Concordo ligeiramente	20	33.3%
Concordo moderadamente	13	21.7%
Concordo fortemente	1	1.7%

Statistics	
Total Responses	60
Sum	264.0
Avg.	4.4
StdDev	1.4
Max	7.0

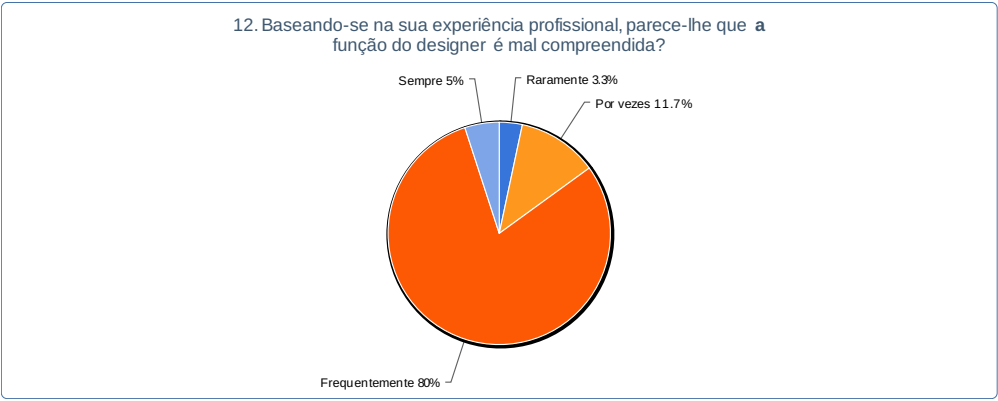
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

Value	Count	Percent %
Nunca	0	0.0%
Raramente	1	1.7%
Por vezes	14	23.3%
Frequentemente	45	75.0%
Sempre	0	0.0%

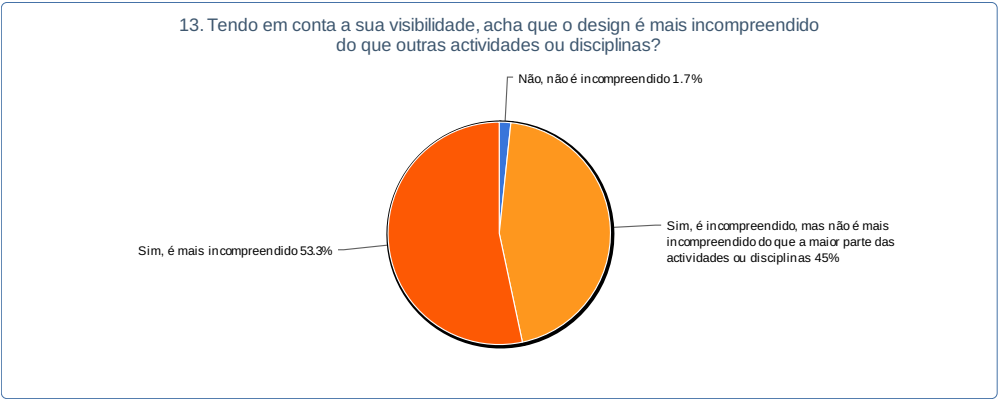
Statistics	
Total Responses	60



12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

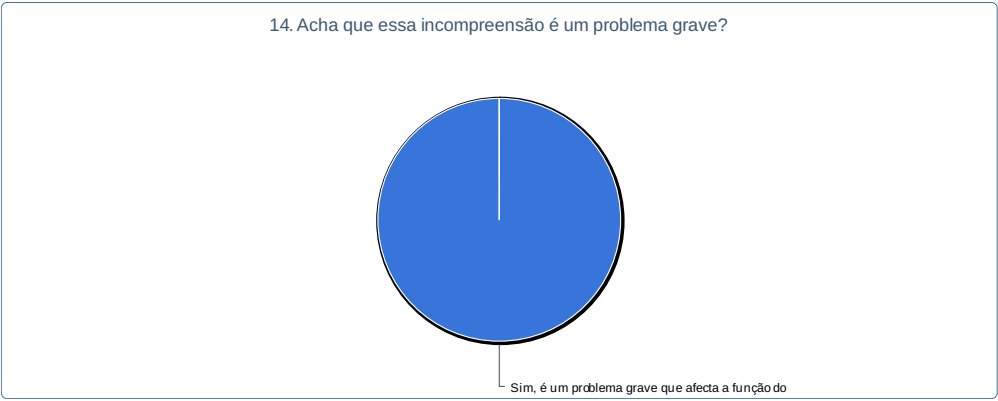
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	60
Raramente	2	3.3%		
Por vezes	7	11.7%		
Frequentemente	48	80.0%		
Sempre	3	5.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

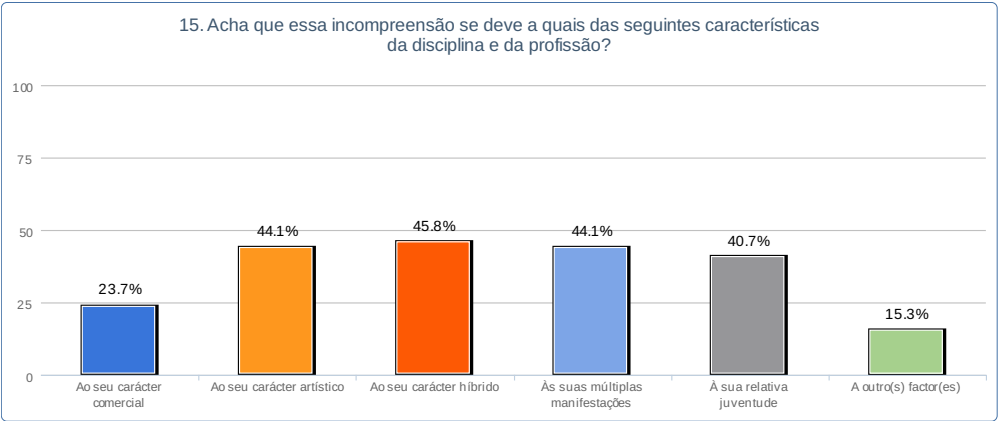
Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	1	1.7%	Total Responses	60
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	27	45.0%		
Sim, é mais incompreendido	32	53.3%		



14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é sequer um problema	0	0.0%	Total Responses	59
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	0	0.0%		
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	59	100.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

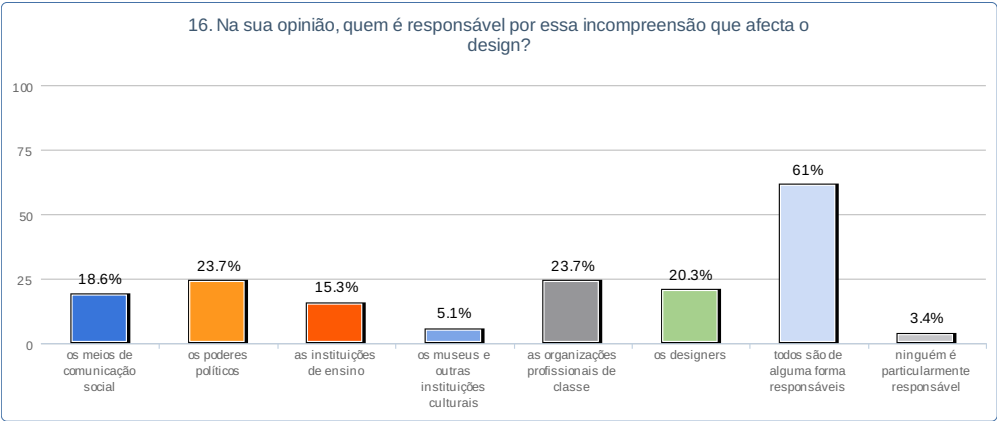


15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	14	23.7%
Ao seu carácter artístico	26	44.1%
Ao seu carácter híbrido	27	45.8%
Às suas múltiplas manifestações	26	44.1%
À sua relativa juventude	24	40.7%
A outro(s) factor(es)	9	15.3%

Statistics	
Total Responses	59

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
Left Blank		57
Falta de enquadramento legal e pelo comportamento dos designers		1
Ignorância da sociedade		1
a especialização da formação		1
ao seu valor e tempo de concepção		1
carácter multidisciplinar, indefinição das suas fronteiras com outras disciplinas		1
falta de referências culturais		1
Ao facto de não haver uma certa regulamentação/limites dentro da profissão. Não defendo a existência de uma ordem, mas alguma identidade que defenda os direitos da profissão (ex: regulamentação de estágios, não existir/níma tabela de preços regulamentada e aprovada no parlamento sobre como taxar serviços de design)		1
às areas em que se aplica		1



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	11	18.6%
os poderes políticos	14	23.7%
as instituições de ensino	9	15.3%
os museus e outras instituições culturais	3	5.1%
as organizações profissionais de classe	14	23.7%
os designers	12	20.3%
todos são de alguma forma responsáveis	36	61.0%
ninguém é particularmente responsável	2	3.4%

Statistics	
Total Responses	59



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
as organizações profissionais de classe	224	1
os designers	208	2
os meios de comunicação social	199	3
o sistema de ensino	192	4
os poderes políticos	134	5
os museus e outras instituições culturais	49	6
Total Respondents: 59		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	63.3% 38	36.7% 22	complexo	60
caro	41.7% 25	58.3% 35	barato	60
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	0.0% 0	100.0% 60	útil	60
essencial	95.0% 57	5.0% 3	superficial	60
universal	91.7% 55	8.3% 5	exclusivo	60
claro	98.3% 59	1.7% 1	obscuro	60
prático	81.7% 49	18.3% 11	artístico	60
único	43.3% 26	56.7% 34	múltiplo	60
comum	45.0% 27	55.0% 33	incomum	60

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	38.3% 23	61.7% 37	complexo	60
caro	91.7% 55	8.3% 5	barato	60
universal	11.7% 7	88.3% 53	exclusivo	60
fútil	83.3% 50	16.7% 10	útil	60
essencial	6.7% 4	93.3% 56	superficial	60
comum	25.0% 15	75.0% 45	incomum	60
prático	6.7% 4	93.3% 56	artístico	60
claro	41.7% 25	58.3% 35	obsuro	60
único	61.7% 37	38.3% 23	múltiplo	60

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '**design**'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
concepção	420	1
função	407	2
projecto	372	3
funcionamento	348	4
forma	320	5
desenho	259	6
aparência	157	7
estilo	128	8
moda	56	9
<b>Total Respondents: 60</b>		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

**INQUÉRITO 2: 3- Síntese Parcial** ('designers seniores')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de designers com mais de dez anos de experiência profissional

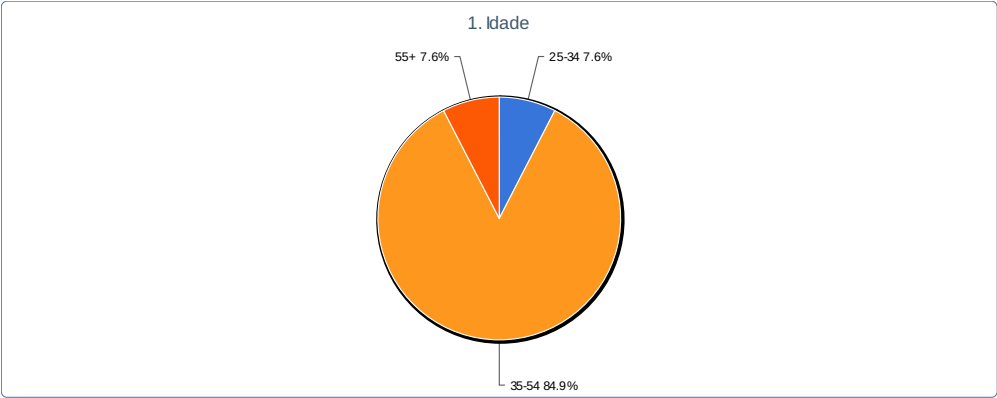
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [designers seniores]

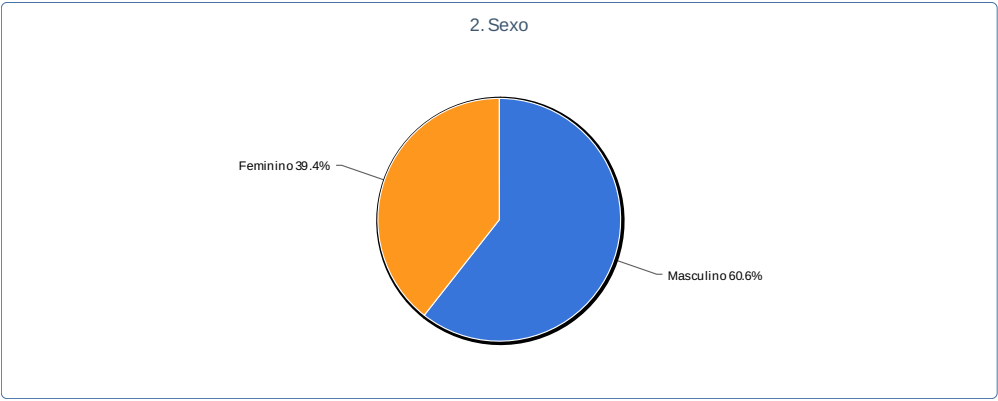
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

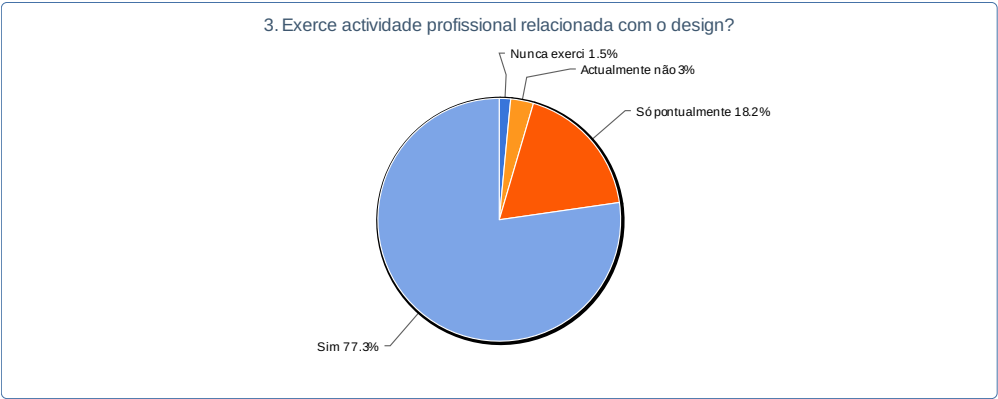
Value	Count	Percent %
18-24	0	0.0%
25-34	5	7.6%
35-54	56	84.9%
55+	5	7.6%

Statistics	
Total Responses	66
Sum	2,360.0
Avg.	35.8
StdDev	6.1
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	66
Masculino	40	60.6%		
Feminino	26	39.4%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	1	1.5%
Actualmente não	2	3.0%
Só pontualmente	12	18.2%
Sim	51	77.3%

Statistics	
Total Responses	66

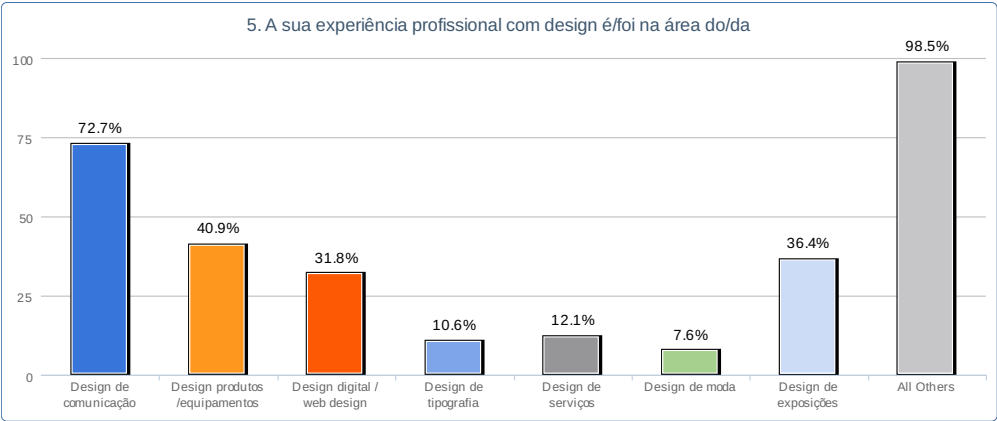


4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	0	0.0%	Total Responses	66
Mais de dois e menos de cinco anos	0	0.0%		
Mais de cinco e menos de dez anos	0	0.0%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	37	56.1%		
Mais de vinte anos	29	43.9%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

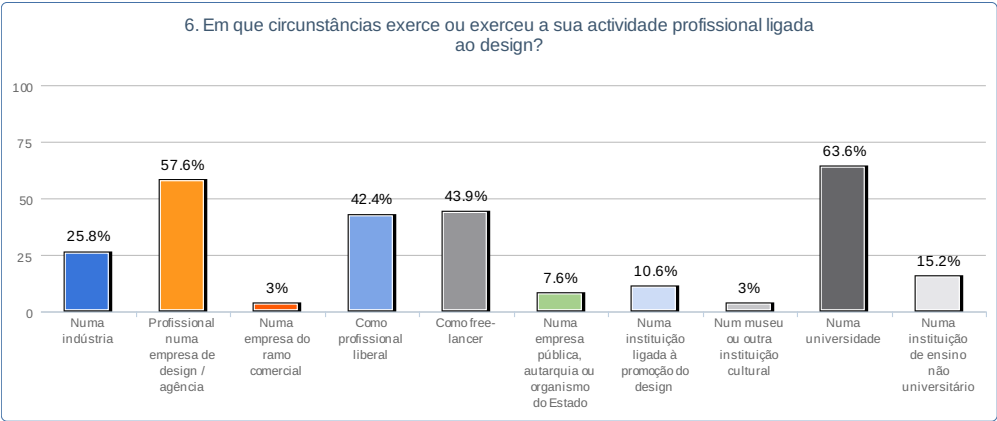


5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	48	72.7%
Design produtos /equipamentos	27	40.9%
Design digital / web design	21	31.8%
Design de tipografia	7	10.6%
Design de serviços	8	12.1%
Design de moda	5	7.6%
Design de exposições	24	36.4%
Design de interiores / ambientes	15	22.7%
Educação / Investigação	37	56.1%
Teoria / Crítica	9	13.6%
Outros	4	6.1%

Statistics	
Total Responses	66

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		62
Consultoria, prototipagem, produção e engenharia de produto		1
Design de tipos de letra		1
Iluminação		1
consultoria, concursos, relação com a indústria, promoção e divulgação da actividade, organização de congressos e associativismo profissional		1

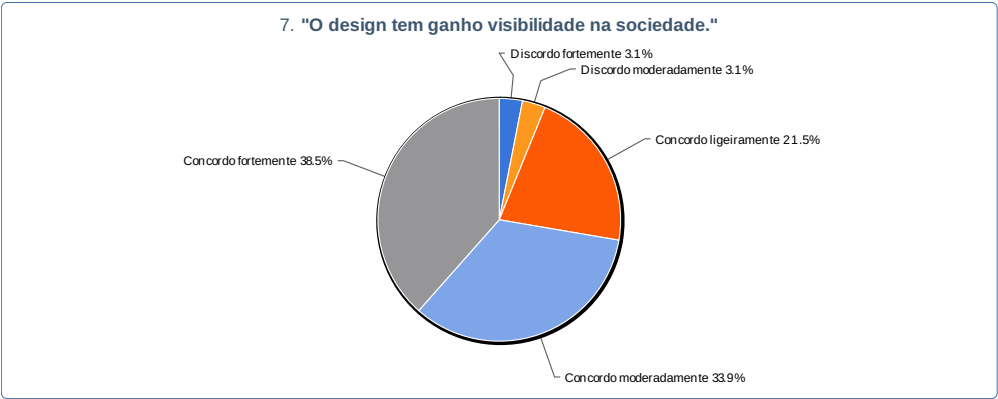


6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	17	25.8%
Profissional numa empresa de design / agência	38	57.6%
Numa empresa do ramo comercial	2	3.0%
Como profissional liberal	28	42.4%
Como free-lancer	29	43.9%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	5	7.6%
Numa instituição ligada à promoção do design	7	10.6%
Num museu ou outra instituição cultural	2	3.0%
Numa universidade	42	63.6%
Numa instituição de ensino não universitário	10	15.2%

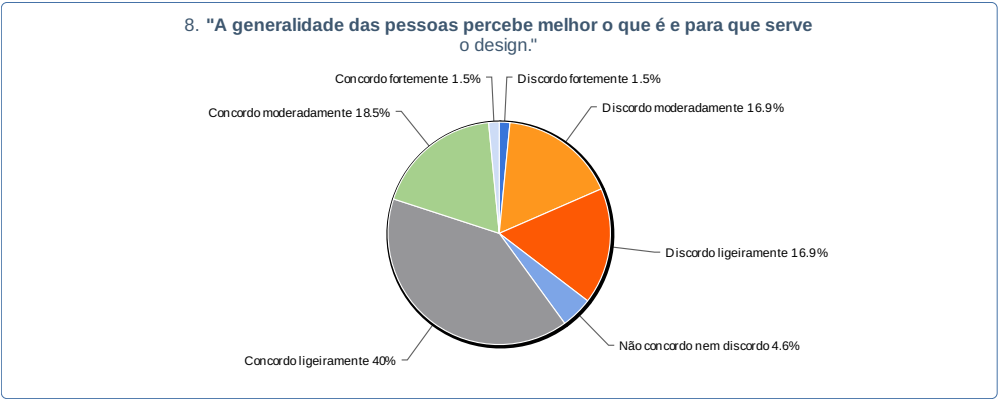
Statistics	
Total Responses	66

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

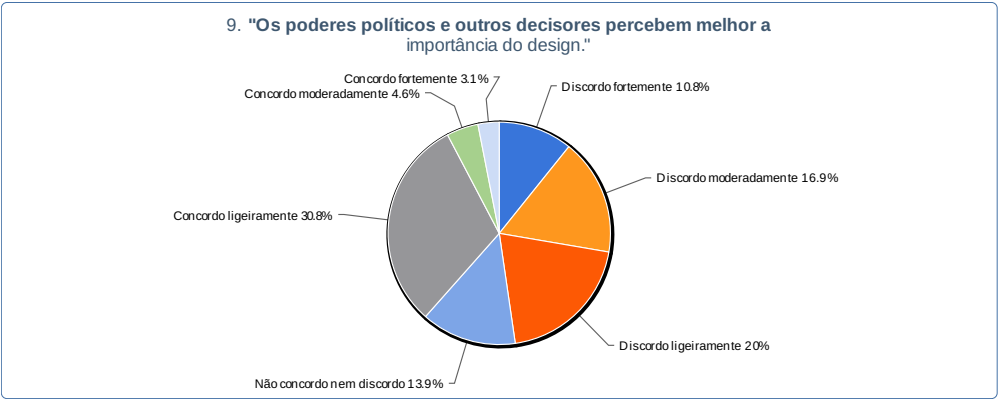
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	2	3.1%	Total Responses	65
Discordo moderadamente	2	3.1%	Sum	383.0
Discordo ligeiramente	0	0.0%	Avg.	5.9
Não concordo nem discordo	0	0.0%	StdDev	1.4
Concordo ligeiramente	14	21.5%	Max	7.0
Concordo moderadamente	22	33.9%		
Concordo fortemente	25	38.5%		



8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

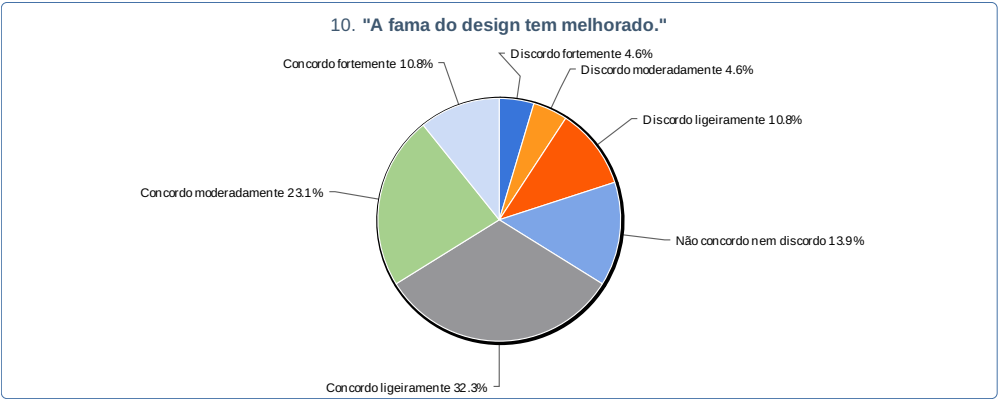
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	1	1.5%	Total Responses	65
Discordo moderadamente	11	16.9%	Sum	277.0
Discordo ligeiramente	11	16.9%	Avg.	4.3
Não concordo nem discordo	3	4.6%	StdDev	1.5
Concordo ligeiramente	26	40.0%	Max	7.0
Concordo moderadamente	12	18.5%		
Concordo fortemente	1	1.5%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	7	10.8%	Total Responses	65
Discordo moderadamente	11	16.9%	Sum	236.0
Discordo ligeiramente	13	20.0%	Avg.	3.6
Não concordo nem discordo	9	13.9%	StdDev	1.6
Concordo ligeiramente	20	30.8%	Max	7.0
Concordo moderadamente	3	4.6%		
Concordo fortemente	2	3.1%		

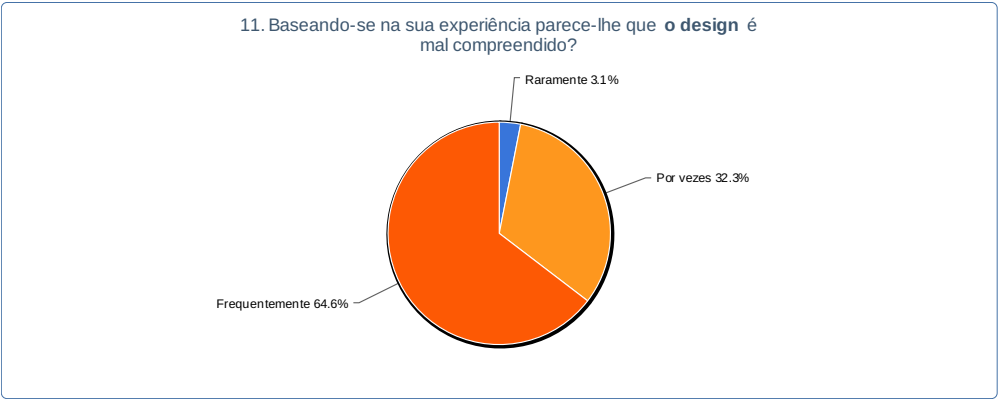


10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	3	4.6%
Discordo moderadamente	3	4.6%
Discordo ligeiramente	7	10.8%
Não concordo nem discordo	9	13.9%
Concordo ligeiramente	21	32.3%
Concordo moderadamente	15	23.1%
Concordo fortemente	7	10.8%

Statistics	
Total Responses	65
Sum	310.0
Avg.	4.8
StdDev	1.5
Max	7.0

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	65
Raramente	2	3.1%		
Por vezes	21	32.3%		
Frequentemente	42	64.6%		
Sempre	0	0.0%		

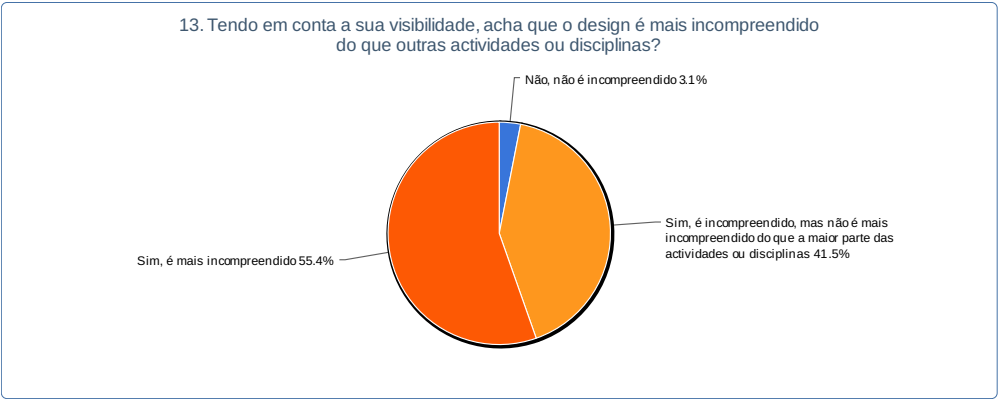


12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	65
Raramente	3	4.6%		
Por vezes	22	33.9%		
Frequentemente	40	61.5%		
Sempre	0	0.0%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	2	3.1%	Total Responses	65
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	27	41.5%		
Sim, é mais incompreendido	36	55.4%		

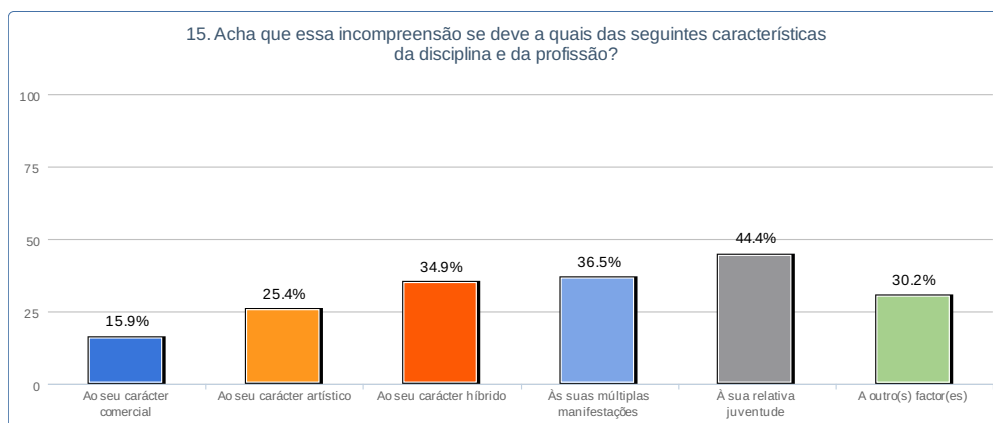


14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %
Não, não é sequer um problema	1	1.6%
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	5	7.9%
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	57	90.5%

Statistics	
Total Responses	63

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	10	15.9%
Ao seu carácter artístico	16	25.4%
Ao seu carácter híbrido	22	34.9%
Às suas múltiplas manifestações	23	36.5%
À sua relativa juventude	28	44.4%
A outro(s) factor(es)	19	30.2%

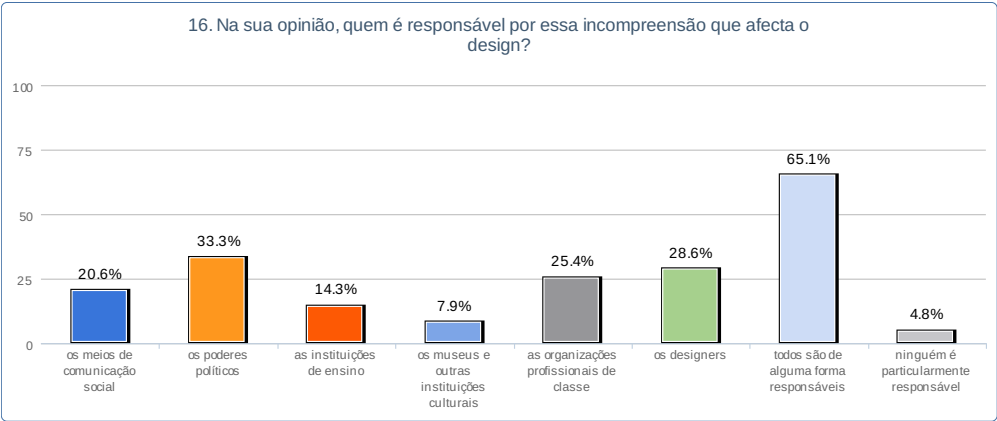
  

Statistics	
Total Responses	63

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
<i>Left Blank</i>		47
Ao facto de ainda requerer algum amadurecimento enquanto disciplina científica		1
Atraso da sociedade Portuguesa (provincianismo)		1
Confusão entre aparência e design		1
Cultura e sentido crítico baixo da generalidade da população		1
Custo		1
Exaltação de maus exemplos de/a intervenção do Design		1
Ignorância dos decisores: Políticos, empregadores, e clientes		1
O incorrecto uso do termo Design, relacionando-o quase exclusivamente à estética.		1
São tantos que dava para escrever um livro		1
falta de regulamentação da profissão		1
ignorância		1
não ter uma Ordem, uma regra		1
pela incompreensão da sua utilidade e necessidade		1
Déficit cultural de público e decisores e dificuldade dos designers em se autopromoverem na sociedade		1
ao ser confundido com uma estética pessoal, não compreendendo a necessidade de conceitos inerentes à comunicação.		1
à má utilização do termo na publicidade		1
à sua abrangência e mutabilidade		1
às formas da sua exploração comercial		1
ética		1

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	13	20.6%
os poderes políticos	21	33.3%
as instituições de ensino	9	14.3%
os museus e outras instituições culturais	5	7.9%
as organizações profissionais de classe	16	25.4%
os designers	18	28.6%
todos são de alguma forma responsáveis	41	65.1%
ninguém é particularmente responsável	3	4.8%

Statistics	
Total Responses	63

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
os designers	237	1
os poderes políticos	208	2
as organizações profissionais de classe	204	3
o sistema de ensino	195	4
os meios de comunicação social	182	5
os museus e outras instituições culturais	83	6
<b>Total Respondents: 63</b>		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	81.5% 53	18.5% 12	complexo	65
caro	21.5% 14	78.5% 51	barato	65
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	1.5% 1	98.5% 64	útil	65
essencial	100.0% 65	0.0% 0	superficial	65
universal	93.8% 61	6.2% 4	exclusivo	65
claro	98.5% 64	1.5% 1	obscuro	65
prático	90.8% 59	9.2% 6	artístico	65
único	29.2% 19	70.8% 46	múltiplo	65
comum	67.7% 44	32.3% 21	incomum	65

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	30.8% 20	69.2% 45	complexo	65
caro	95.4% 62	4.6% 3	barato	65
universal	9.2% 6	90.8% 59	exclusivo	65
fútil	66.2% 43	33.8% 22	útil	65
essencial	12.3% 8	87.7% 57	superficial	65
comum	13.8% 9	86.2% 56	incomum	65
prático	15.4% 10	84.6% 55	artístico	65
claro	52.3% 34	47.7% 31	obscurο	65
único	86.2% 56	13.8% 9	múltiplo	65

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '*design*'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
projecto	471	1
concepção	469	2
função	427	3
desenho	343	4
forma	330	5
funcionamento	319	6
aparência	120	7
estilo	109	8
moda	60	9
Total Respondents: 65		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

**INQUÉRITO 2: 4- Síntese Parcial** ('designers de moda')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de designers que assinalaram 'design de moda' como uma das suas áreas profissionais

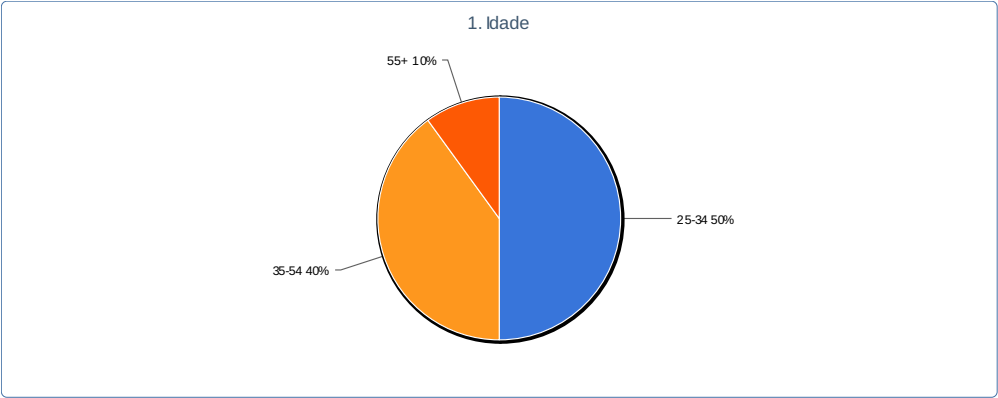
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [designers de moda]

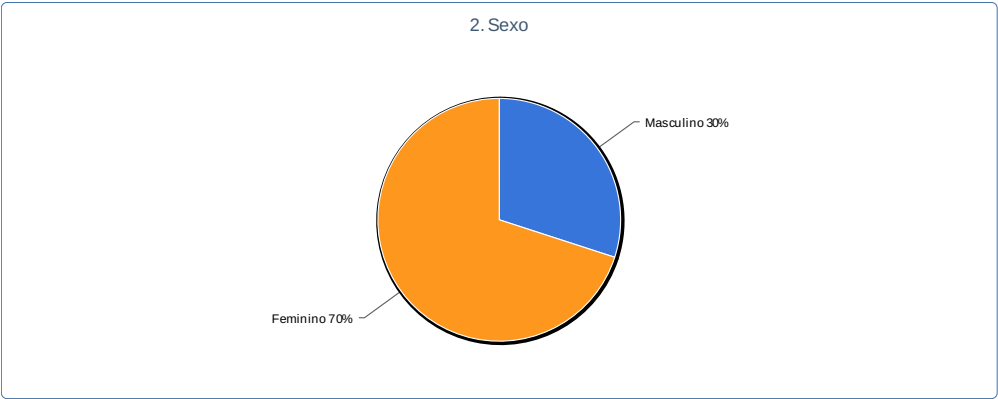
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

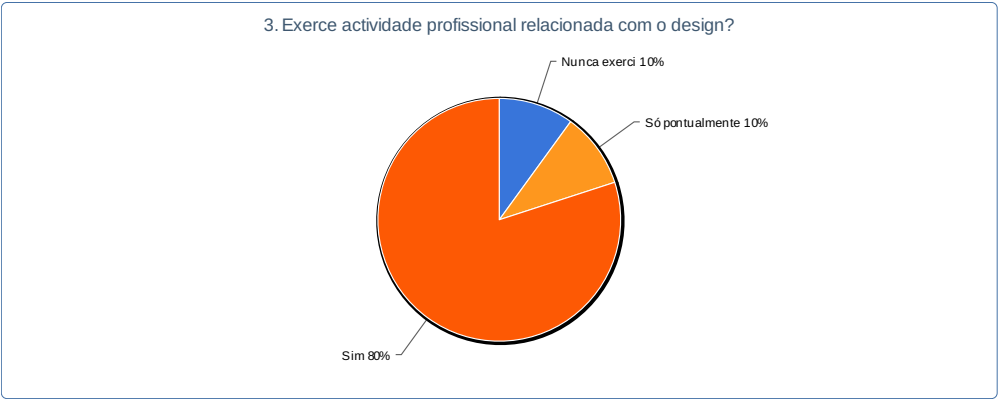
Value	Count	Percent %
18-24	0	0.0%
25-34	5	50.0%
35-54	4	40.0%
55+	1	10.0%

Statistics	
Total Responses	10
Sum	320.0
Avg.	32.0
StdDev	9.0
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	10
Masculino	3	30.0%		
Feminino	7	70.0%		

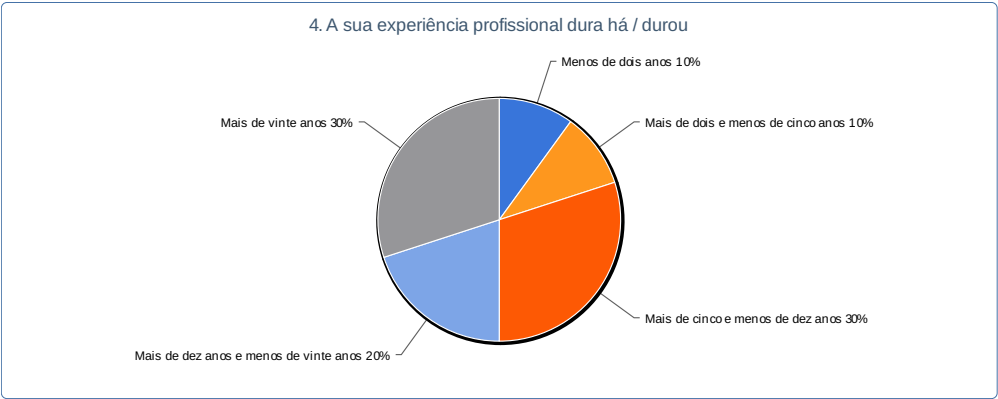
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	1	10.0%
Actualmente não	0	0.0%
Só pontualmente	1	10.0%
Sim	8	80.0%

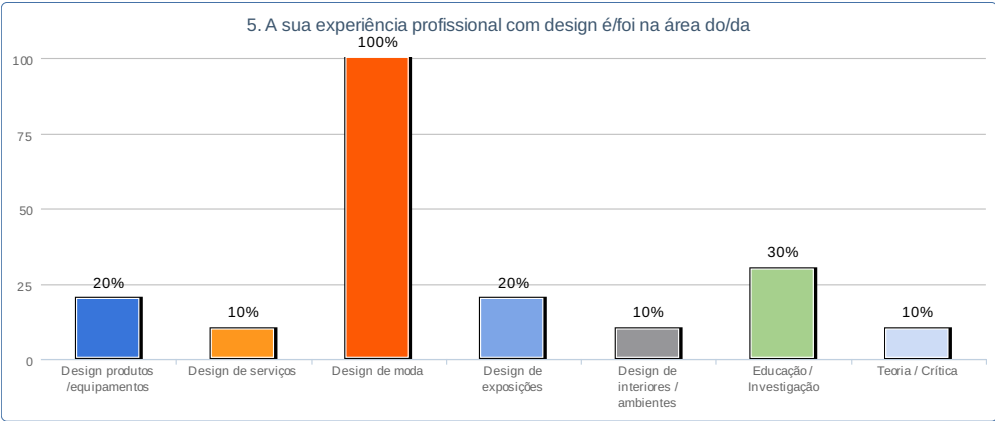
Statistics	
Total Responses	10



4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	1	10.0%	Total Responses	10
Mais de dois e menos de cinco anos	1	10.0%		
Mais de cinco e menos de dez anos	3	30.0%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	2	20.0%		
Mais de vinte anos	3	30.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

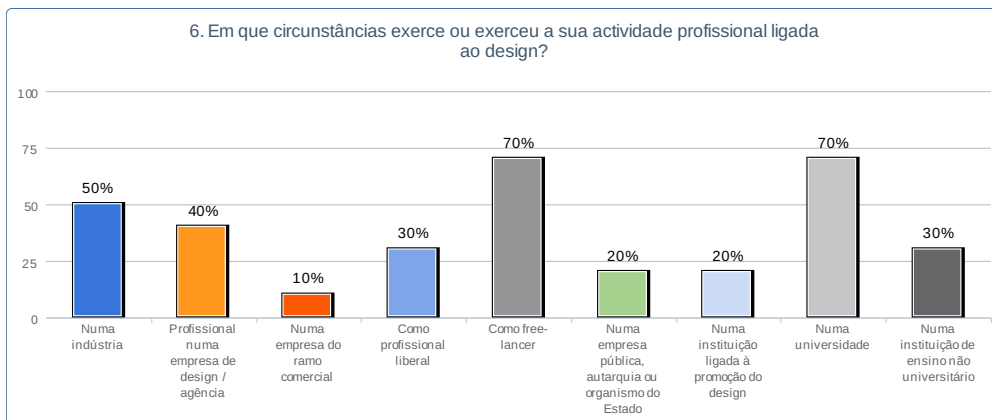


5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	0	0.0%
Design produtos /equipamentos	2	20.0%
Design digital / web design	0	0.0%
Design de tipografia	0	0.0%
Design de serviços	1	10.0%
Design de moda	10	100.0%
Design de exposições	2	20.0%
Design de interiores / ambientes	1	10.0%
Educação / Investigação	3	30.0%
Teoria / Crítica	1	10.0%
Outros	0	0.0%

Statistics	
Total Responses	10

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		10



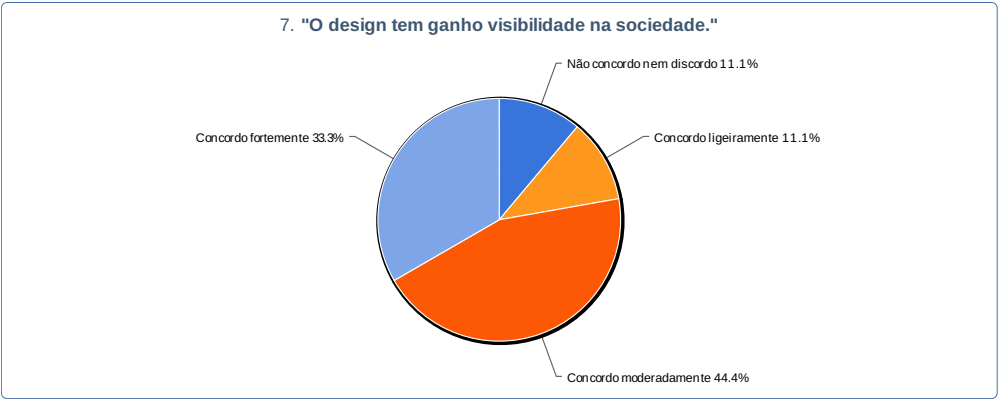
6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	5	50.0%
Profissional numa empresa de design / agência	4	40.0%
Numa empresa do ramo comercial	1	10.0%
Como profissional liberal	3	30.0%
Como free-lancer	7	70.0%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	2	20.0%
Numa instituição ligada à promoção do design	2	20.0%
Num museu ou outra instituição cultural	0	0.0%
Numa universidade	7	70.0%
Numa instituição de ensino não universitário	3	30.0%

Statistics	
Total Responses	10



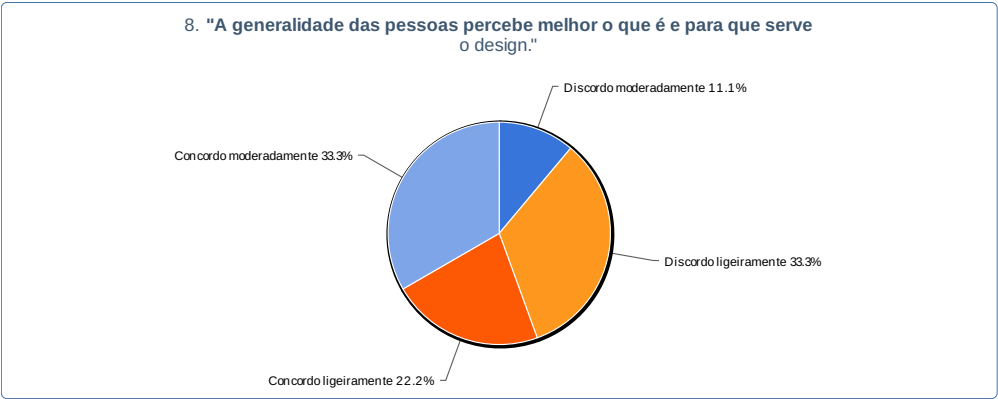
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	0	0.0%
Discordo moderadamente	0	0.0%
Discordo ligeiramente	0	0.0%
Não concordo nem discordo	1	11.1%
Concordo ligeiramente	1	11.1%
Concordo moderadamente	4	44.4%
Concordo fortemente	3	33.3%

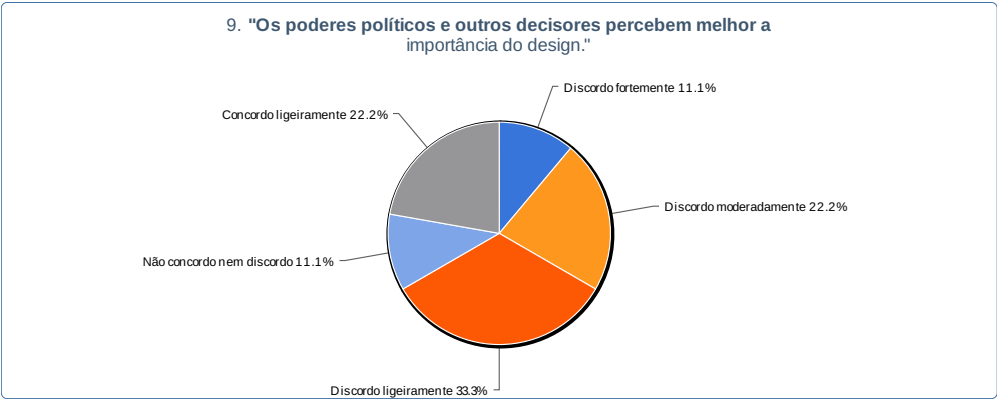
Statistics	
Total Responses	9
Sum	54.0
Avg.	6.0
StdDev	0.9
Max	7.0



8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

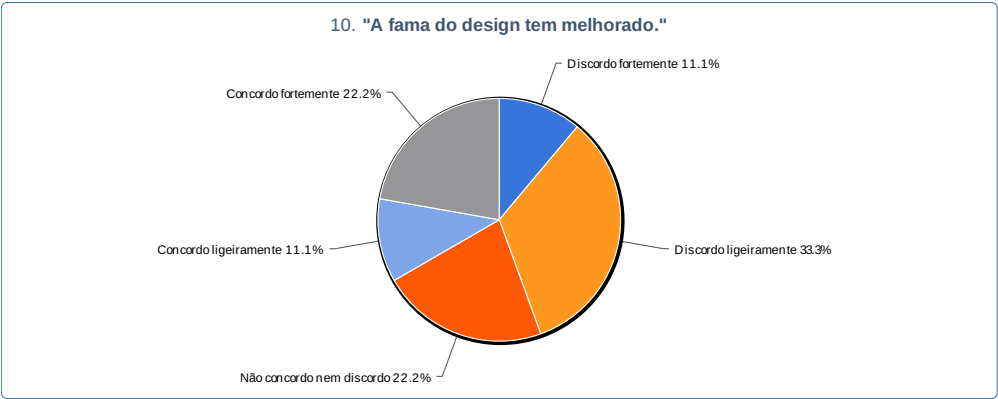
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	0	0.0%	Total Responses	9
Discordo moderadamente	1	11.1%	Sum	39.0
Discordo ligeiramente	3	33.3%	Avg.	4.3
Não concordo nem discordo	0	0.0%	StdDev	1.5
Concordo ligeiramente	2	22.2%	Max	6.0
Concordo moderadamente	3	33.3%		
Concordo fortemente	0	0.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	1	11.1%	Total Responses	9
Discordo moderadamente	2	22.2%	Sum	28.0
Discordo ligeiramente	3	33.3%	Avg.	3.1
Não concordo nem discordo	1	11.1%	StdDev	1.3
Concordo ligeiramente	2	22.2%	Max	5.0
Concordo moderadamente	0	0.0%		
Concordo fortemente	0	0.0%		



10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	1	11.1%
Discordo moderadamente	0	0.0%
Discordo ligeiramente	3	33.3%
Não concordo nem discordo	2	22.2%
Concordo ligeiramente	1	11.1%
Concordo moderadamente	0	0.0%
Concordo fortemente	2	22.2%

Statistics	
Total Responses	9
Sum	37.0
Avg.	4.1
StdDev	1.9
Max	7.0

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	9
Raramente	0	0.0%		
Por vezes	1	11.1%		
Frequentemente	8	88.9%		
Sempre	0	0.0%		

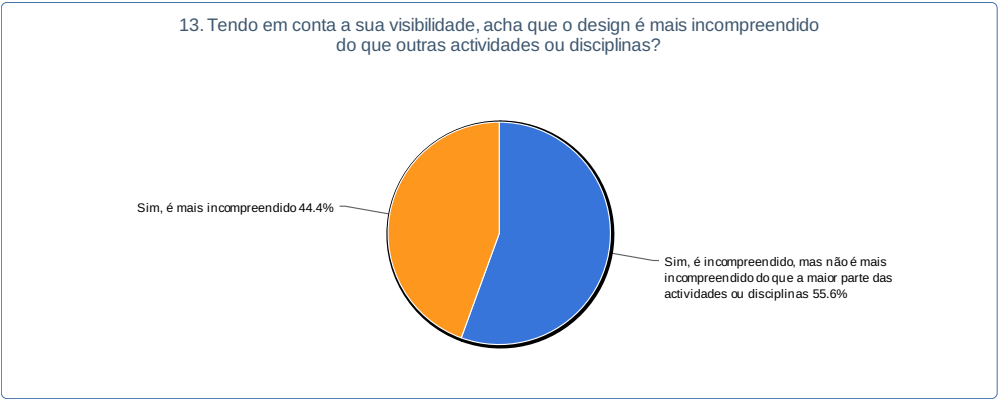


12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

Value	Count	Percent %
Nunca	0	0.0%
Raramente	0	0.0%
Por vezes	1	11.1%
Frequentemente	8	88.9%
Sempre	0	0.0%

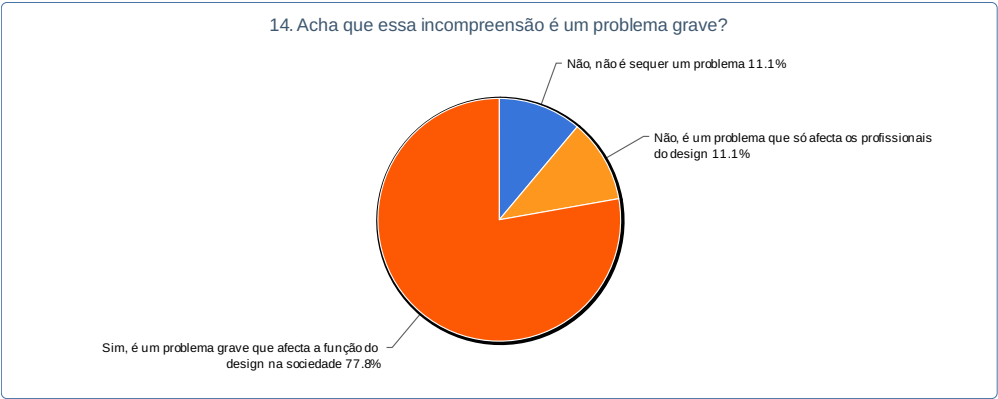
Statistics	
Total Responses	9

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	0	0.0%	Total Responses	9
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	5	55.6%		
Sim, é mais incompreendido	4	44.4%		

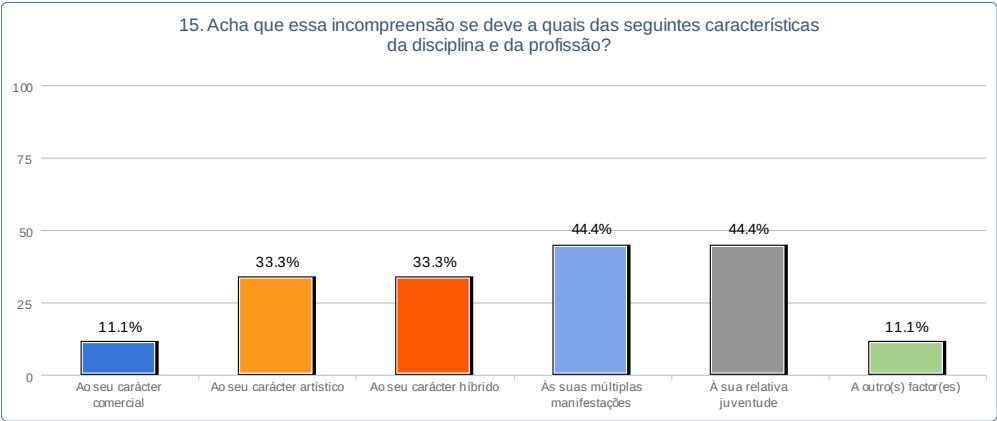


14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é sequer um problema	1	11.1%	Total Responses	9
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	1	11.1%		
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	7	77.8%		



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

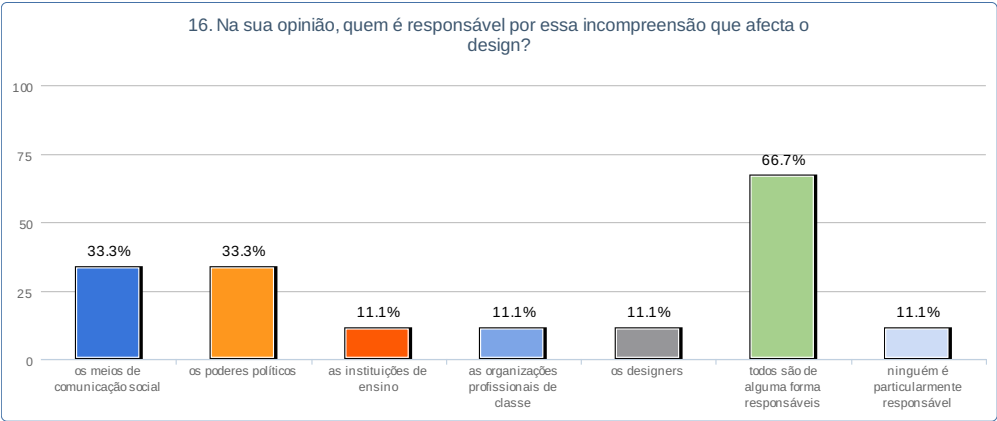


15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	1	11.1%
Ao seu carácter artístico	3	33.3%
Ao seu carácter híbrido	3	33.3%
Às suas múltiplas manifestações	4	44.4%
À sua relativa juventude	4	44.4%
A outro(s) factor(es)	1	11.1%

Statistics	
Total Responses	9

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
Left Blank		9
a falta de informação frente a outras atividades afeta muitas profissões, não só o design. O problema é a especialização. No momento que escolhemos determinada área temos a tendência a ignorar as demais, apesar de saber que existem.		1



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	3	33.3%
os poderes políticos	3	33.3%
as instituições de ensino	1	11.1%
os museus e outras instituições culturais	0	0.0%
as organizações profissionais de classe	1	11.1%
os designers	1	11.1%
todos são de alguma forma responsáveis	6	66.7%
ninguém é particularmente responsável	1	11.1%

Statistics	
Total Responses	9

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
os designers	41	1
os meios de comunicação social	29	2
as organizações profissionais de classe	27	3
o sistema de ensino	27	4
os poderes políticos	19	5
os museus e outras instituições culturais	7	6
Total Respondents: 9		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	88.9% 8	11.1% 1	complexo	9
caro	0.0% 0	100.0% 9	barato	9
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	0.0% 0	100.0% 9	útil	9
essencial	100.0% 9	0.0% 0	superficial	9
universal	100.0% 9	0.0% 0	exclusivo	9
claro	100.0% 9	0.0% 0	obscuro	9
prático	77.8% 7	22.2% 2	artístico	9
único	33.3% 3	66.7% 6	múltiplo	9
comum	66.7% 6	33.3% 3	incomum	9

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	22.2% 2	77.8% 7	complexo	9
caro	88.9% 8	11.1% 1	barato	9
universal	11.1% 1	88.9% 8	exclusivo	9
fútil	66.7% 6	33.3% 3	útil	9
essencial	0.0% 0	100.0% 9	superficial	9
comum	11.1% 1	88.9% 8	incomum	9
prático	11.1% 1	88.9% 8	artístico	9
claro	33.3% 3	66.7% 6	obscurο	9
único	88.9% 8	11.1% 1	múltiplo	9

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '*design*'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
projecto	59	1
função	59	2
concepção	58	3
funcionamento	55	4
forma	48	5
desenho	39	6
moda	23	7
estilo	13	8
aparência	12	9
Total Respondents: 9		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

**INQUÉRITO 2:5- Síntese Parcial** ('designers de interior/ambientes')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de designers que assinalaram 'design de interiores/ambientes' como uma das suas áreas profissionais

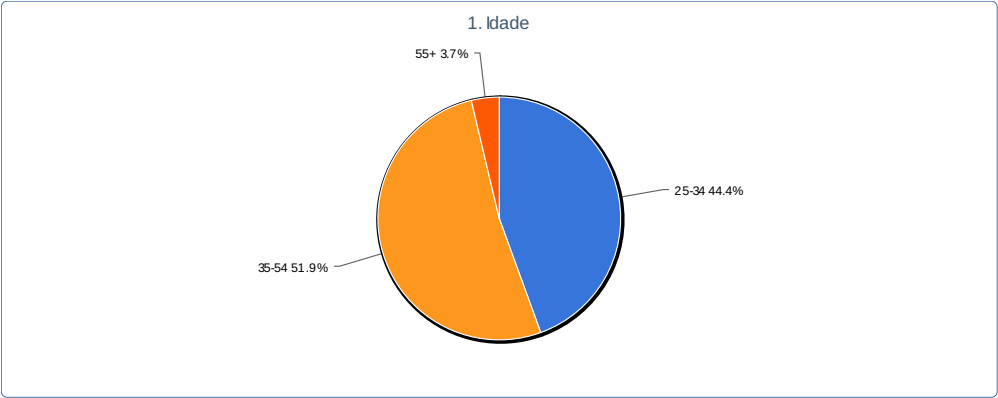
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [designers de interiores/ambientes]

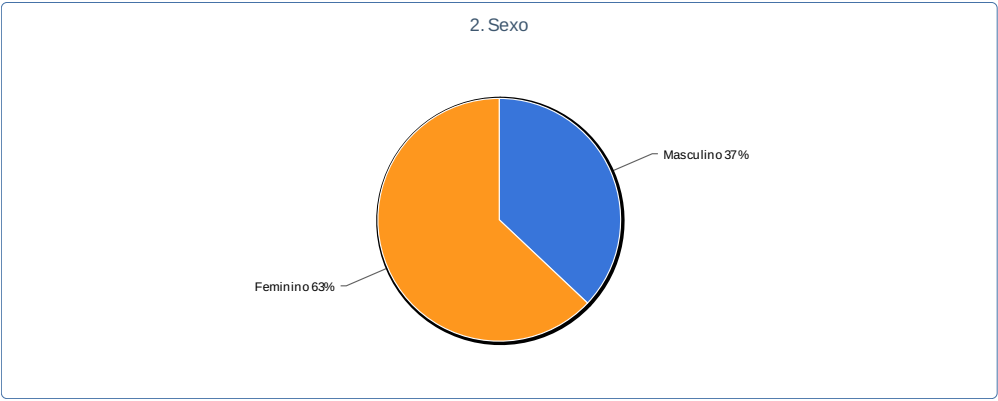
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

Value	Count	Percent %
18-24	0	0.0%
25-34	12	44.4%
35-54	14	51.9%
55+	1	3.7%

Statistics	
Total Responses	27
Sum	845.0
Avg.	31.3
StdDev	6.7
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	27
Masculino	10	37.0%		
Feminino	17	63.0%		



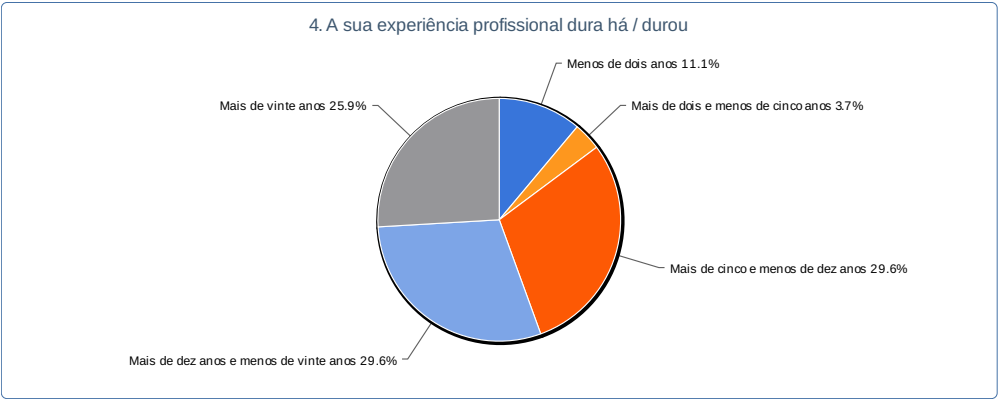
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	0	0.0%
Actualmente não	4	14.8%
Só pontualmente	7	25.9%
Sim	16	59.3%

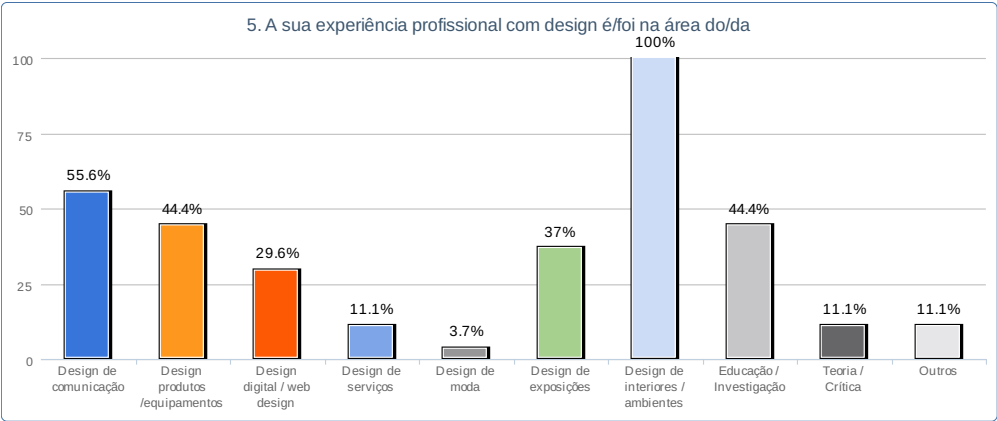
Statistics	
Total Responses	27



4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	3	11.1%	Total Responses	27
Mais de dois e menos de cinco anos	1	3.7%		
Mais de cinco e menos de dez anos	8	29.6%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	8	29.6%		
Mais de vinte anos	7	25.9%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

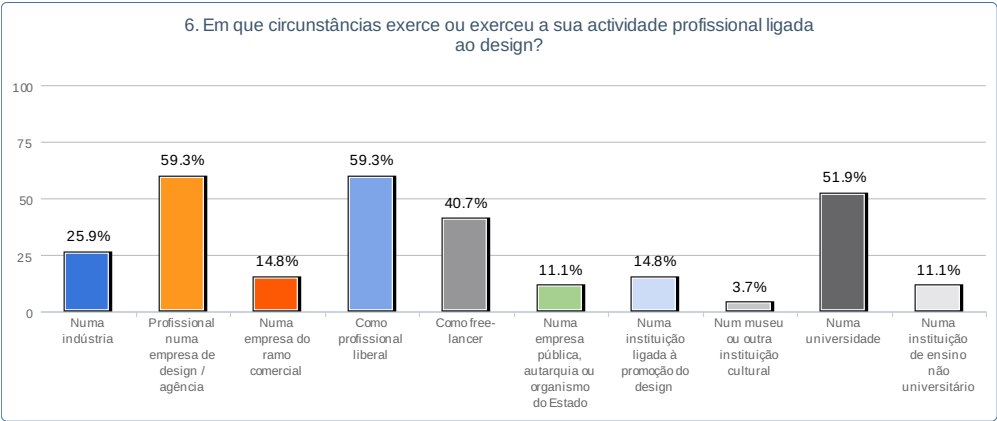


5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	15	55.6%
Design produtos /equipamentos	12	44.4%
Design digital / web design	8	29.6%
Design de tipografia	0	0.0%
Design de serviços	3	11.1%
Design de moda	1	3.7%
Design de exposições	10	37.0%
Design de interiores / ambientes	27	100.0%
Educação / Investigação	12	44.4%
Teoria / Crítica	3	11.1%
Outros	3	11.1%

Statistics	
Total Responses	27

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		24
Arquitectura		1
Consultoria, prototipagem, produção e engenharia de produto		1
consultoria, concursos, relação com a indústria, promoção e divulgação da actividade, organização de congressos e associativismo profissional		1

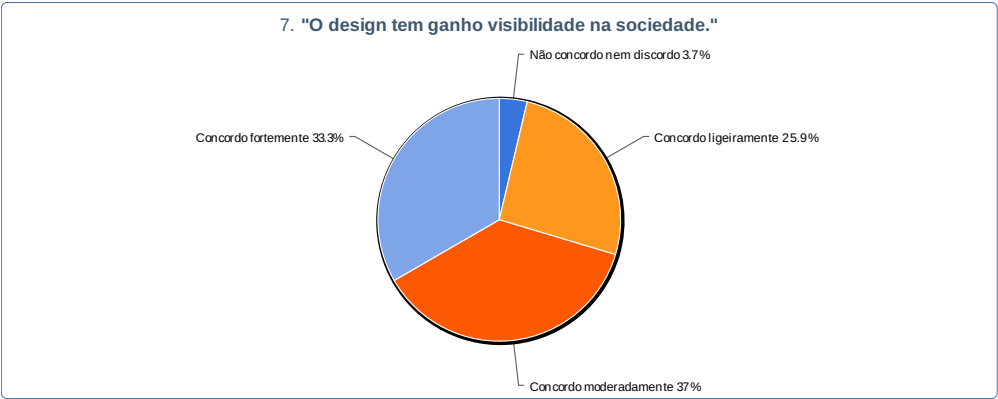


6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	7	25.9%
Profissional numa empresa de design / agência	16	59.3%
Numa empresa do ramo comercial	4	14.8%
Como profissional liberal	16	59.3%
Como free-lancer	11	40.7%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	3	11.1%
Numa instituição ligada à promoção do design	4	14.8%
Num museu ou outra instituição cultural	1	3.7%
Numa universidade	14	51.9%
Numa instituição de ensino não universitário	3	11.1%

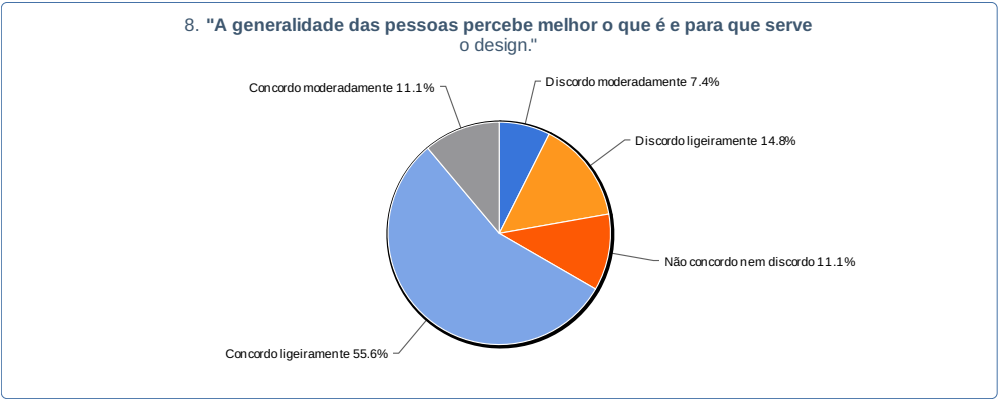
Statistics	
Total Responses	27

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

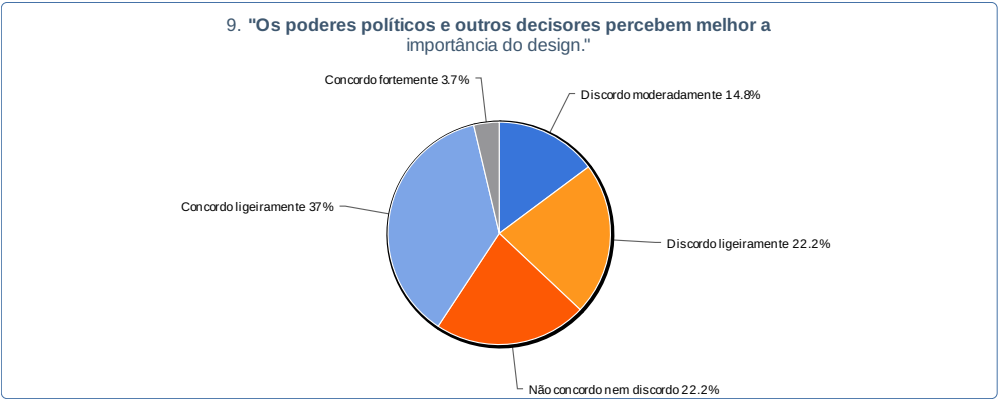
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	0	0.0%	Total Responses	27
Discordo moderadamente	0	0.0%	Sum	162.0
Discordo ligeiramente	0	0.0%	Avg.	6.0
Não concordo nem discordo	1	3.7%	StdDev	0.9
Concordo ligeiramente	7	25.9%	Max	7.0
Concordo moderadamente	10	37.0%		
Concordo fortemente	9	33.3%		



8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

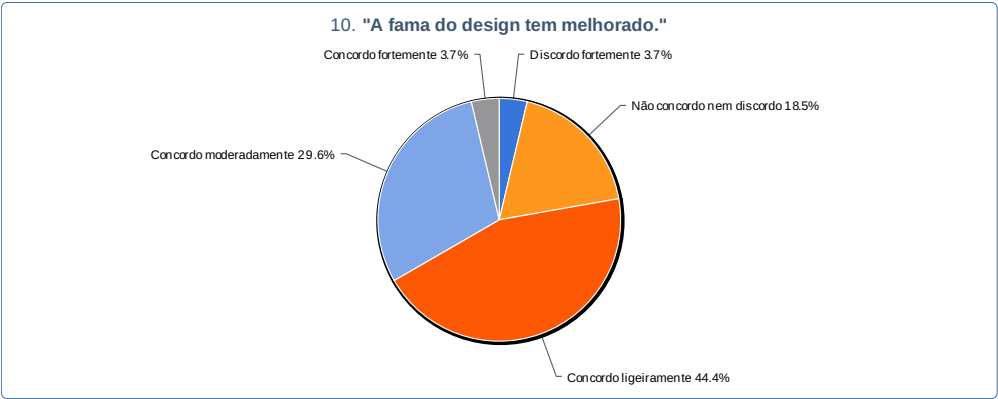
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	0	0.0%	Total Responses	27
Discordo moderadamente	2	7.4%	Sum	121.0
Discordo ligeiramente	4	14.8%	Avg.	4.5
Não concordo nem discordo	3	11.1%	StdDev	1.1
Concordo ligeiramente	15	55.6%	Max	6.0
Concordo moderadamente	3	11.1%		
Concordo fortemente	0	0.0%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	0	0.0%	Total Responses	27
Discordo moderadamente	4	14.8%	Sum	107.0
Discordo ligeiramente	6	22.2%	Avg.	4.0
Não concordo nem discordo	6	22.2%	StdDev	1.2
Concordo ligeiramente	10	37.0%	Max	7.0
Concordo moderadamente	0	0.0%		
Concordo fortemente	1	3.7%		



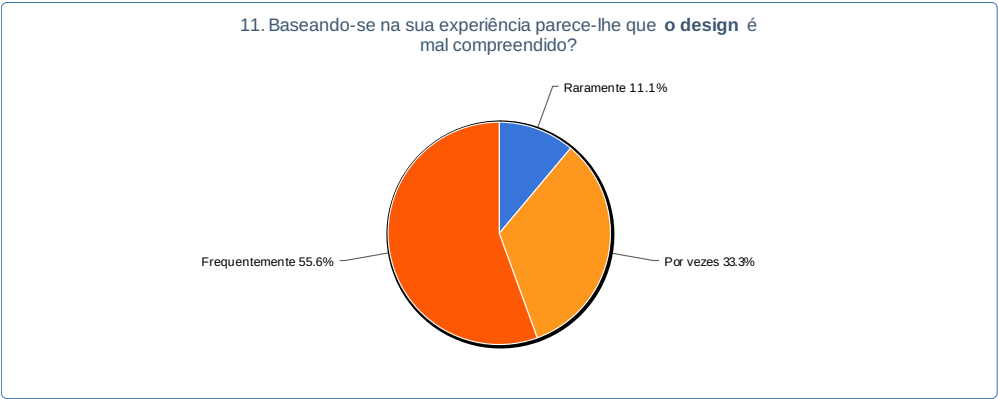
10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	1	3.7%
Discordo moderadamente	0	0.0%
Discordo ligeiramente	0	0.0%
Não concordo nem discordo	5	18.5%
Concordo ligeiramente	12	44.4%
Concordo moderadamente	8	29.6%
Concordo fortemente	1	3.7%

Statistics	
Total Responses	27
Sum	136.0
Avg.	5.0
StdDev	1.1
Max	7.0



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

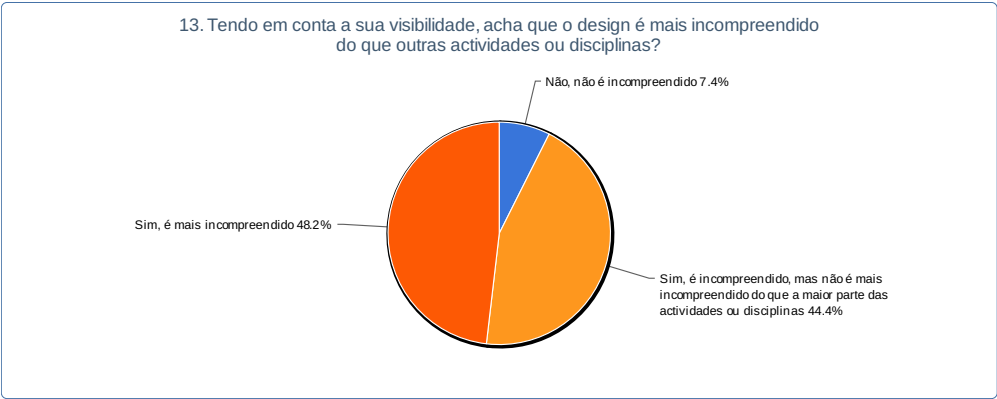
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	27
Raramente	3	11.1%		
Por vezes	9	33.3%		
Frequentemente	15	55.6%		
Sempre	0	0.0%		



12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	27
Raramente	3	11.1%		
Por vezes	8	29.6%		
Frequentemente	15	55.6%		
Sempre	1	3.7%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	2	7.4%	Total Responses	27
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	12	44.4%		
Sim, é mais incompreendido	13	48.2%		

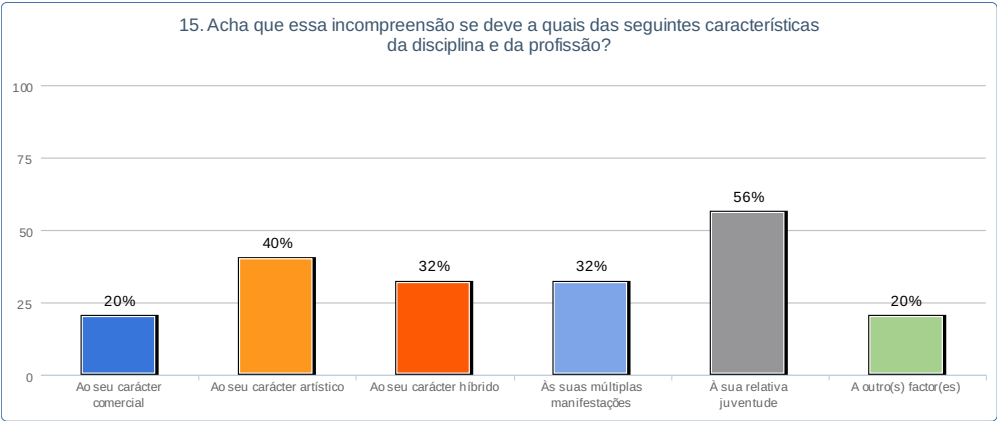


14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %
Não, não é sequer um problema	0	0.0%
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	1	4.0%
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	24	96.0%

Statistics	
Total Responses	25

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

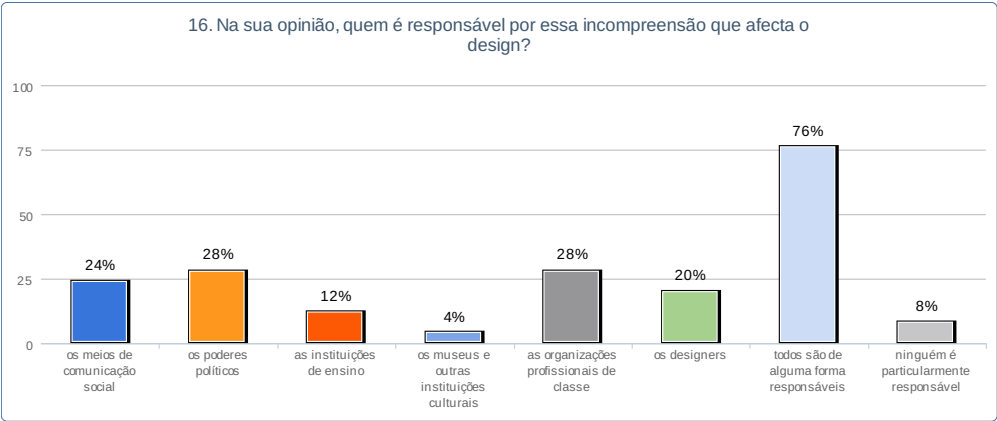


15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	5	20.0%
Ao seu carácter artístico	10	40.0%
Ao seu carácter híbrido	8	32.0%
Às suas múltiplas manifestações	8	32.0%
À sua relativa juventude	14	56.0%
A outro(s) factor(es)	5	20.0%

Statistics	
Total Responses	25

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
Left Blank		22
Cultura e sentido crítico baixo da generalidade da população		1
a especialização da formação		1
carácter multidisciplinar, indefinição das suas fronteiras com outras disciplinas		1
falta de referências culturais		1
ignorância		1



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	6	24.0%
os poderes políticos	7	28.0%
as instituições de ensino	3	12.0%
os museus e outras instituições culturais	1	4.0%
as organizações profissionais de classe	7	28.0%
os designers	5	20.0%
todos são de alguma forma responsáveis	19	76.0%
ninguém é particularmente responsável	2	8.0%

Statistics	
Total Responses	25

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
os meios de comunicação social	89	1
os designers	88	2
os poderes políticos	86	3
as organizações profissionais de classe	85	4
o sistema de ensino	66	5
os museus e outras instituições culturais	24	6
Total Respondents: 25		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	70.4% 19	29.6% 8	complexo	27
caro	33.3% 9	66.7% 18	barato	27
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	3.7% 1	96.3% 26	útil	27
essencial	96.3% 26	3.7% 1	superficial	27
universal	85.2% 23	14.8% 4	exclusivo	27
claro	100.0% 27	0.0% 0	obscuro	27
prático	88.9% 24	11.1% 3	artístico	27
único	44.4% 12	55.6% 15	múltiplo	27
comum	48.1% 13	51.9% 14	incomum	27

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	44.4% 12	55.6% 15	complexo	27
caro	100.0% 27	0.0% 0	barato	27
universal	11.1% 3	88.9% 24	exclusivo	27
fútil	70.4% 19	29.6% 8	útil	27
essencial	18.5% 5	81.5% 22	superficial	27
comum	14.8% 4	85.2% 23	incomum	27
prático	7.4% 2	92.6% 25	artístico	27
claro	55.6% 15	44.4% 12	obsuro	27
único	70.4% 19	29.6% 8	múltiplo	27



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '*design*'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
projecto	186	1
função	183	2
concepção	173	3
funcionamento	156	4
desenho	137	5
forma	119	6
aparência	54	7
estilo	53	8
moda	42	9
Total Respondents: 27		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

**INQUÉRITO 2:6- Síntese Parcial** ('outros designers')

Resultados relativos ao conjunto de respostas provenientes de designers que não assinalaram 'design de moda' e 'interiores/ambientes' como suas áreas profissionais

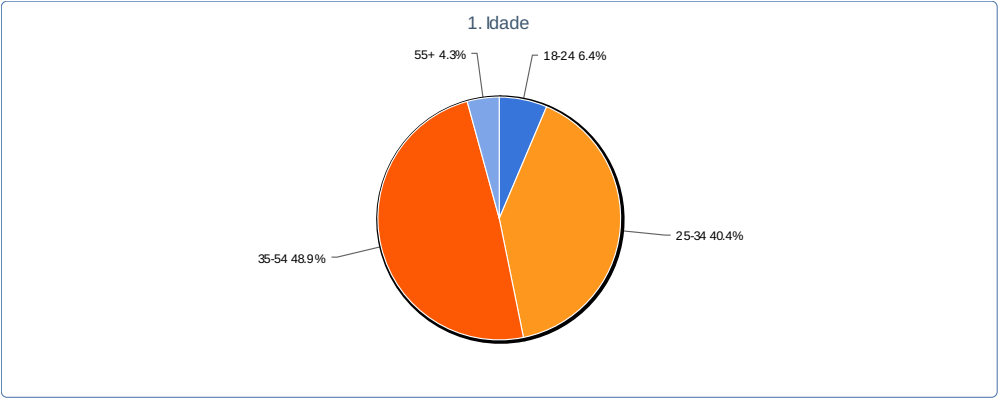
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



Online Surveys, Data Collection and Integration  
www.SurveyGizmo.com

Relatório Parcial [outros designers]

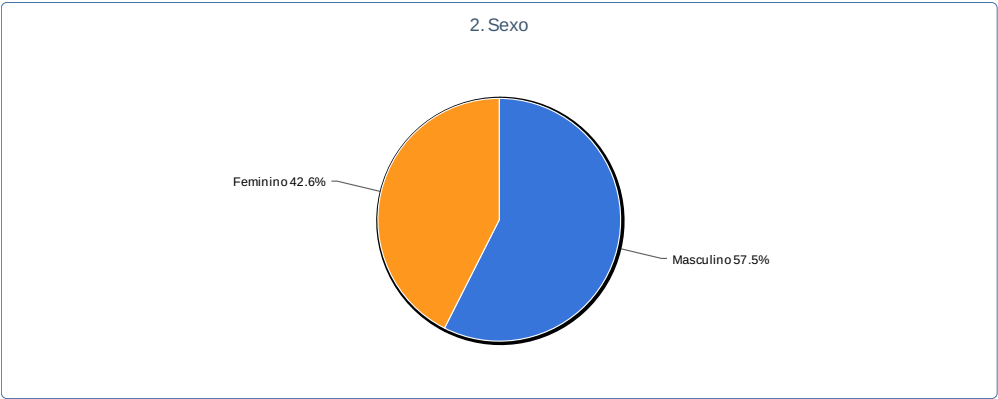
Survey: Sobre Design #2 [profissionais]



1. Idade

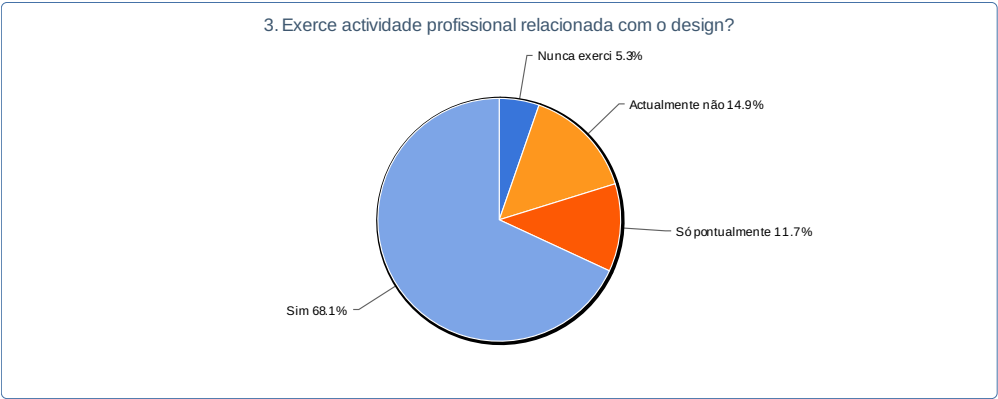
Value	Count	Percent %
18-24	6	6.4%
25-34	38	40.4%
35-54	46	48.9%
55+	4	4.3%

Statistics	
Total Responses	94
Sum	2,888.0
Avg.	30.7
StdDev	7.6
Max	55.0



2. Sexo			Statistics	
Value	Count	Percent %	Total Responses	94
Masculino	54	57.5%		
Feminino	40	42.6%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



3. Exerce actividade profissional relacionada com o design?

Value	Count	Percent %
Nunca exerci	5	5.3%
Actualmente não	14	14.9%
Só pontualmente	11	11.7%
Sim	64	68.1%

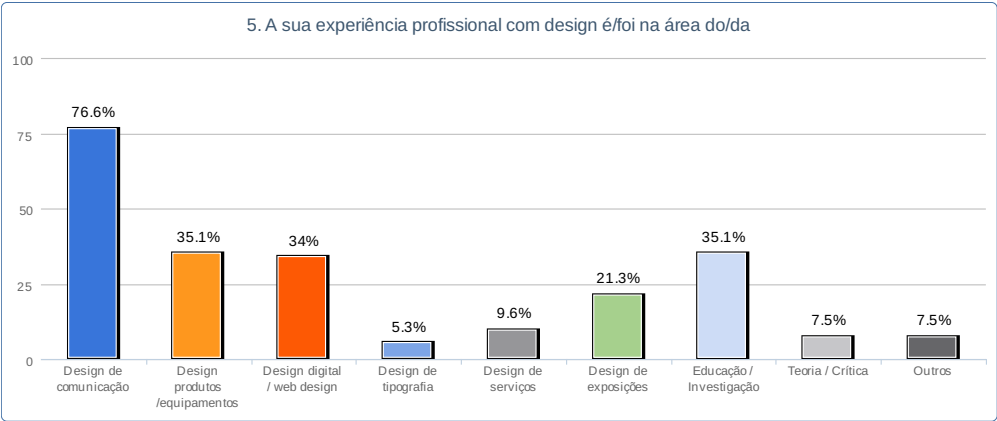
Statistics	
Total Responses	94



4. A sua experiência profissional dura há / durou

Value	Count	Percent %	Statistics	
Menos de dois anos	12	12.8%	Total Responses	94
Mais de dois e menos de cinco anos	20	21.3%		
Mais de cinco e menos de dez anos	17	18.1%		
Mais de dez anos e menos de vinte anos	25	26.6%		
Mais de vinte anos	20	21.3%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da

Value	Count	Percent %
Design de comunicação	72	76.6%
Design produtos /equipamentos	33	35.1%
Design digital / web design	32	34.0%
Design de tipografia	5	5.3%
Design de serviços	9	9.6%
Design de moda	0	0.0%
Design de exposições	20	21.3%
Design de interiores / ambientes	0	0.0%
Educação / Investigação	33	35.1%
Teoria / Crítica	7	7.5%
Outros	7	7.5%

Statistics	
Total Responses	94

Open-Text Response Breakdown for "Outros"		Count
Left Blank		87
Arquitetura		1
Design de tipos de letra		1
Gráfico		2
Iluminação		1
design Industrial packaging		1
nada		1



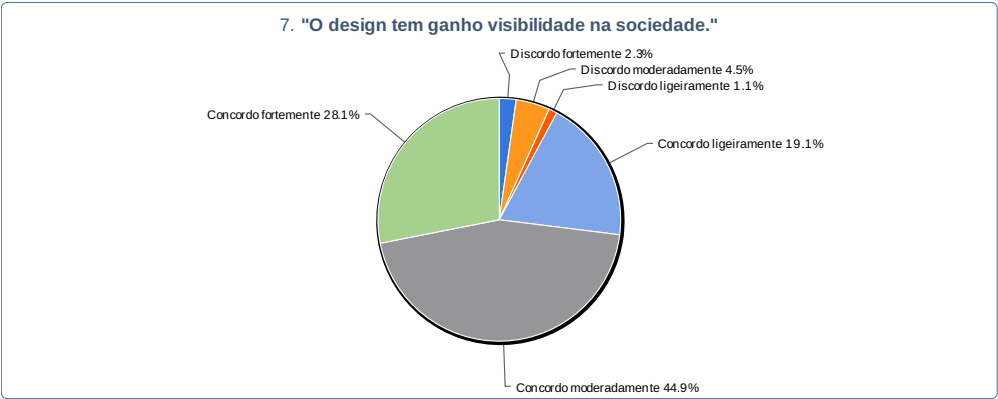
6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design?

Value	Count	Percent %
Numa indústria	21	22.3%
Profissional numa empresa de design / agência	52	55.3%
Numa empresa do ramo comercial	5	5.3%
Como profissional liberal	22	23.4%
Como free-lancer	45	47.9%
Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado	3	3.2%
Numa instituição ligada à promoção do design	3	3.2%
Num museu ou outra instituição cultural	1	1.1%
Numa universidade	37	39.4%
Numa instituição de ensino não universitário	9	9.6%

Statistics	
Total Responses	94



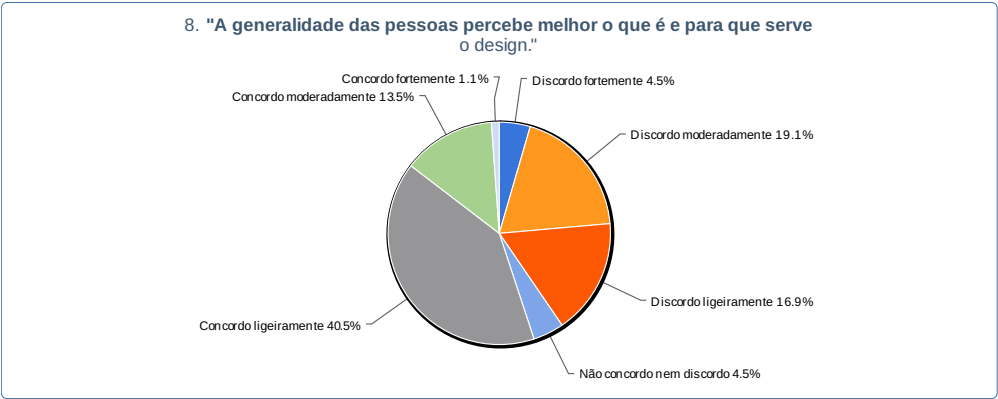
A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	2	2.3%
Discordo moderadamente	4	4.5%
Discordo ligeiramente	1	1.1%
Não concordo nem discordo	0	0.0%
Concordo ligeiramente	17	19.1%
Concordo moderadamente	40	44.9%
Concordo fortemente	25	28.1%

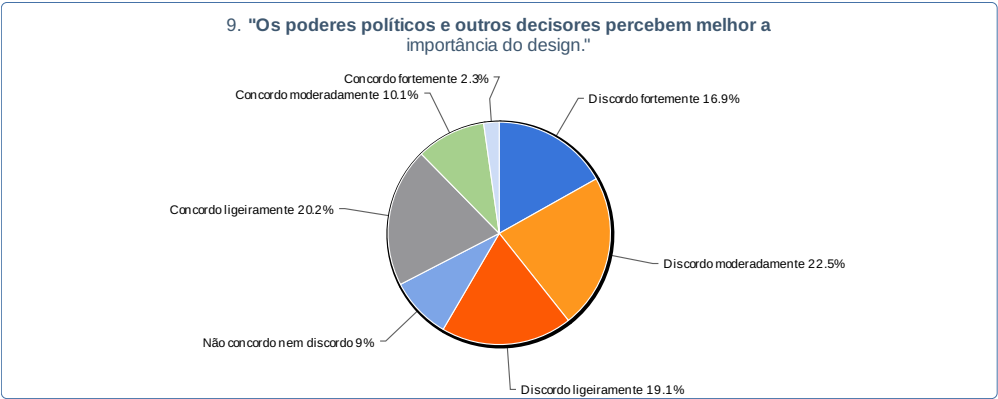
Statistics	
Total Responses	89
Sum	513.0
Avg.	5.8
StdDev	1.3
Max	7.0



8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design."

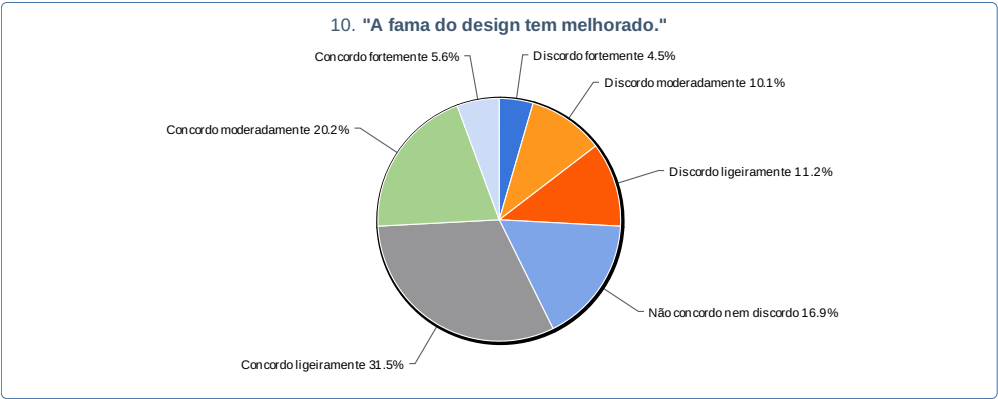
Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	4	4.5%	Total Responses	89
Discordo moderadamente	17	19.1%	Sum	358.0
Discordo ligeiramente	15	16.9%	Avg.	4.0
Não concordo nem discordo	4	4.5%	StdDev	1.5
Concordo ligeiramente	36	40.5%	Max	7.0
Concordo moderadamente	12	13.5%		
Concordo fortemente	1	1.1%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design."

Value	Count	Percent %	Statistics	
Discordo fortemente	15	16.9%	Total Responses	89
Discordo moderadamente	20	22.5%	Sum	296.0
Discordo ligeiramente	17	19.1%	Avg.	3.3
Não concordo nem discordo	8	9.0%	StdDev	1.7
Concordo ligeiramente	18	20.2%	Max	7.0
Concordo moderadamente	9	10.1%		
Concordo fortemente	2	2.3%		



10. "A fama do design tem melhorado."

Value	Count	Percent %
Discordo fortemente	4	4.5%
Discordo moderadamente	9	10.1%
Discordo ligeiramente	10	11.2%
Não concordo nem discordo	15	16.9%
Concordo ligeiramente	28	31.5%
Concordo moderadamente	18	20.2%
Concordo fortemente	5	5.6%

Statistics	
Total Responses	89
Sum	395.0
Avg.	4.4
StdDev	1.5
Max	7.0

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que **o design** é mal compreendido?

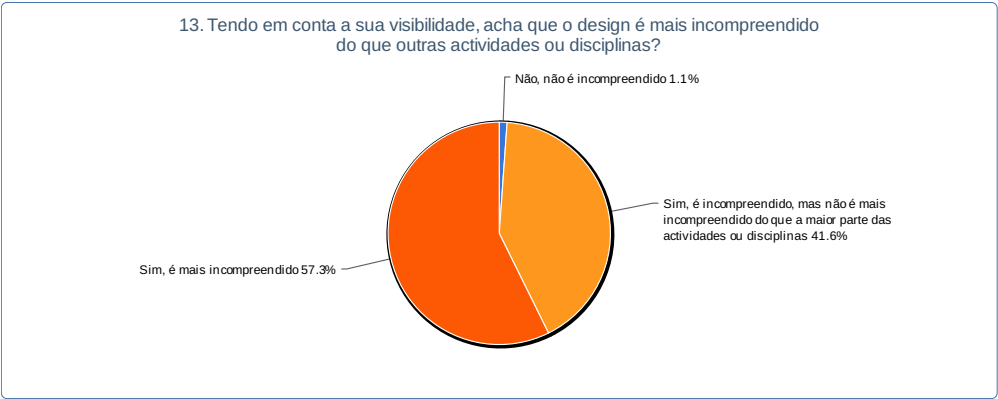
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	89
Raramente	0	0.0%		
Por vezes	24	27.0%		
Frequentemente	65	73.0%		
Sempre	0	0.0%		



12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a função do designer é mal compreendida?

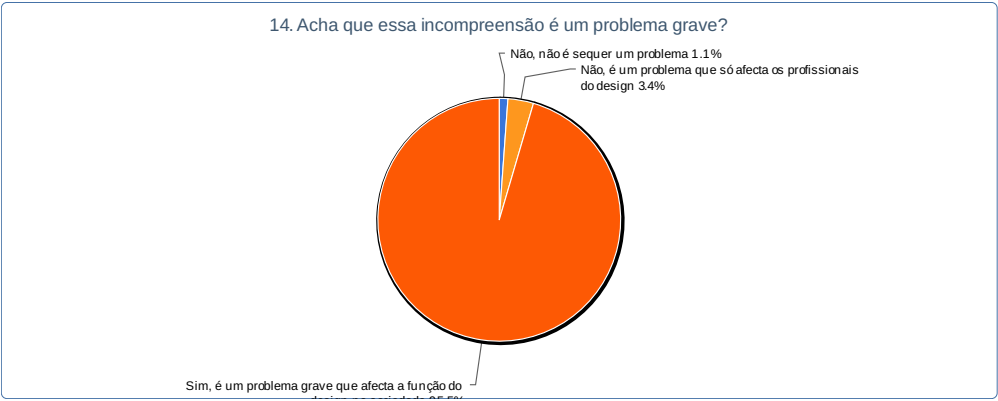
Value	Count	Percent %	Statistics	
Nunca	0	0.0%	Total Responses	89
Raramente	2	2.3%		
Por vezes	19	21.4%		
Frequentemente	66	74.2%		
Sempre	2	2.3%		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?

Value	Count	Percent %	Statistics	
Não, não é incompreendido	1	1.1%	Total Responses	89
Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas	37	41.6%		
Sim, é mais incompreendido	51	57.3%		



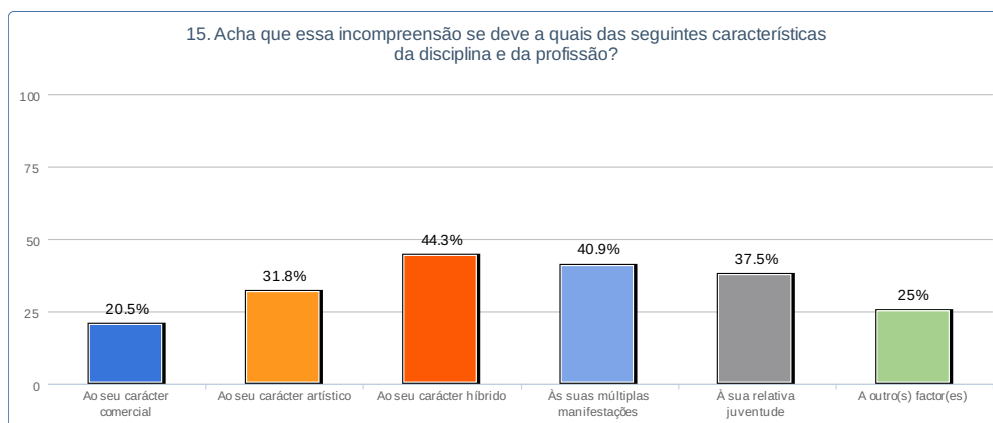
14. Acha que essa incompreensão é um problema grave?

Value	Count	Percent %
Não, não é sequer um problema	1	1.1%
Não, é um problema que só afecta os profissionais do design	3	3.4%
Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade	84	95.5%

Statistics	
Total Responses	88



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão?

Value	Count	Percent %
Ao seu carácter comercial	18	20.5%
Ao seu carácter artístico	28	31.8%
Ao seu carácter híbrido	39	44.3%
Às suas múltiplas manifestações	36	40.9%
À sua relativa juventude	33	37.5%
A outro(s) factor(es)	22	25.0%

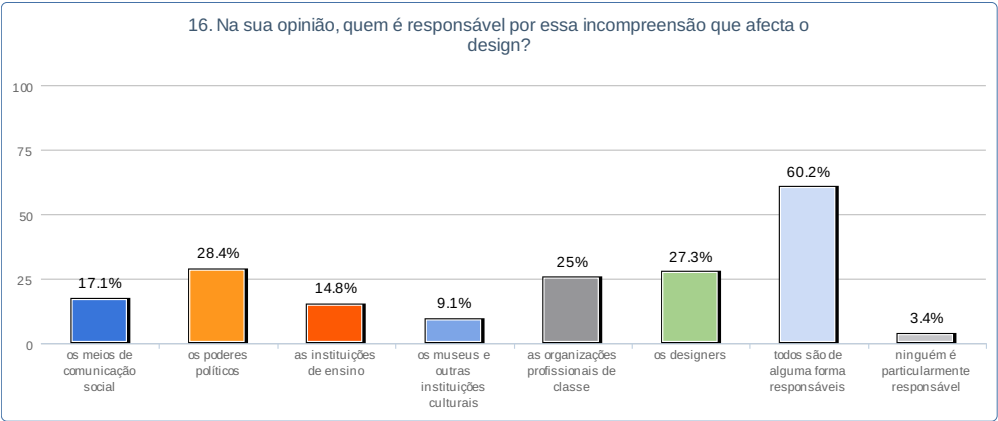
  

Statistics	
Total Responses	88

Open-Text Response Breakdown for "A outro(s) factor(es)"		Count
<i>Left Blank</i>		73
Ao facto de ainda requerer algum amadurecimento enquanto disciplina científica		1
Atraso da sociedade Portuguesa (provincianismo)		1
Confusão entre aparência e design		1
Custo		1
Exaltação de maus exemplos de/a intervenção do Design		1
Falta de enquadramento legal e pelo comportamento dos designers		1
Ignorância da sociedade		1
Ignorância dos decisores: Políticos, empregadores, e clientes		1
O incorrecto uso do termo Design, relacionando-o quase exclusivamente à estética.		1
São tantos que dava para escrever um livro		1
ao seu valor e tempo de concepção		1
aos próprios designers		1
falta de regulamentação da profissão		1
não ter uma Ordem, uma regra		1
pela incompreensão da sua utilidade e necessidade		1
Ao facto de não haver uma certa regulamentação/limites dentro da profissão. Não defendo a existência de uma ordem, mas alguma identidade que defenda os direitos da profissão (ex: regulamentação de estágios, não existirem tabela de preços regulamentada e aprovada no parlamento sobre como taxar serviços de design)		1
Déficit cultural de público e decisores e dificuldade dos designers em se autopromoverem na sociedade		1
à sua abrangência e mutabilidade		1
às formas da sua exploração comercial		1
às áreas em que se aplica		1
ética		1

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função



16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design?

Value	Count	Percent %
os meios de comunicação social	15	17.1%
os poderes políticos	25	28.4%
as instituições de ensino	13	14.8%
os museus e outras instituições culturais	8	9.1%
as organizações profissionais de classe	22	25.0%
os designers	24	27.3%
todos são de alguma forma responsáveis	53	60.2%
ninguém é particularmente responsável	3	3.4%

Statistics	
Total Responses	88

[17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design?]

17.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
os designers	317	1
as organizações profissionais de classe	317	2
o sistema de ensino	289	3
os meios de comunicação social	259	4
os poderes políticos	241	5
os museus e outras instituições culturais	107	6
<b>Total Respondents: 88</b>		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que **PARA SI** melhor representa a essência do **design**.

	1	2		Responses
simples	73.0% 65	27.0% 24	complexo	89
caro	32.6% 29	67.4% 60	barato	89
universal	0.0% 0	0.0% 0	exclusivo	0
fútil	0.0% 0	100.0% 89	útil	89
essencial	97.8% 87	2.2% 2	superficial	89
universal	94.4% 84	5.6% 5	exclusivo	89
claro	97.8% 87	2.2% 2	obscuro	89
prático	87.6% 78	12.4% 11	artístico	89
único	33.7% 30	66.3% 59	múltiplo	89
comum	58.4% 52	41.6% 37	incomum	89

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**.

	1	2		Responses
simples	30.3% 27	69.7% 62	complexo	89
caro	92.1% 82	7.9% 7	barato	89
universal	9.0% 8	91.0% 81	exclusivo	89
fútil	78.7% 70	21.3% 19	útil	89
essencial	7.9% 7	92.1% 82	superficial	89
comum	19.1% 17	80.9% 72	incomum	89
prático	11.2% 10	88.8% 79	artístico	89
claro	42.7% 38	57.3% 51	obscurο	89
único	75.3% 67	24.7% 22	múltiplo	89

[20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor traduzem a palavra '**design**'?]

20.

Item	Total Score <sup>1</sup>	Overall Rank
concepção	651	1
projecto	600	2
função	591	3
forma	481	4
funcionamento	462	5
desenho	421	6
aparência	217	7
estilo	173	8
moda	66	9
<b>Total Respondents: 89</b>		
<sup>1</sup> Score is a weighted calculation. Items ranked first are valued higher than the following ranks, the score is the sum of all weighted rank counts.		

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

## **INQUÉRITO 2: 7- Guião de inquérito**

Questões e condicionamentos lógicos



A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

## Sobre Design #2

**SOBRE DESIGN versão PRO · introdução**

ID 2

### INQUÉRITO SOBRE A PERCEPÇÃO PÚBLICA DO DESIGN (VISTA PELOS SEUS PROFISSIONAIS)

O presente inquérito integra-se numa investigação de doutoramento em Design em desenvolvimento na Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa. A sua colaboração é muito importante, pelo que desde já lhe agradeço. Pedro Cortesão Monteiro

O inquérito é **anónimo** e tem 5 páginas (incluindo esta). O seu preenchimento deverá demorar menos de 5 minutos.

**[ 01 - sobre si ]**

ID 120

1. Idade \*

- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-54
- ☐ 55+

ID 143

2. Sexo \*

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

ID 141

3. Exerce actividade profissional relacionada com o design? \*

- ☐ Nunca exerci
- ☐ Actualmente não
- ☐ Só pontualmente
- ☐ Sim

ID 287

4. A sua experiência profissional dura há / durou \*

- ☐ Menos de dois anos
- ☐ Mais de dois e menos de cinco anos
- ☐ Mais de cinco e menos de dez anos
- ☐ Mais de dez anos e menos de vinte anos
- ☐ Mais de vinte anos

ID 288

5. A sua experiência profissional com design é/foi na área do/da \*

(Seleccione todas as hipóteses que se aplicarem)

- ☐ Design de comunicação
- ☐ Design produtos /equipamentos
- ☐ Design digital / web design
- ☐ Design de tipografia
- ☐ Design de serviços
- ☐ Design de moda
- ☐ Design de exposições
- ☐ Design de interiores / ambientes
- ☐ Educação / Investigação
- ☐ Teoria / Crítica
- ☐ Outros

ID 290

6. Em que circunstâncias exerce ou exerceu a sua actividade profissional ligada ao design? \*

(Seleccione todas as hipóteses que se aplicarem)

- ☐ Numa indústria
- ☐ Profissional numa empresa de design / agência
- ☐ Numa empresa do ramo comercial
- ☐ Como profissional liberal
- ☐ Como free-lancer
- ☐ Numa empresa pública, autarquia ou organismo do Estado
- ☐ Numa instituição ligada à promoção do design
- ☐ Num museu ou outra instituição cultural
- ☐ Numa universidade
- ☐ Numa instituição de ensino não universitário

Page exit logic: Fim abrupto

IF: Question #3 = ("") THEN: Jump to [page 6 - Obrigado!](#)**[ 02 · Sobre fama e função do design ]**

ID 309

7. "O design tem ganho visibilidade na sociedade." \*

- |                        |                           |                          |                              |                          |                           |                        |
|------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------|
| Discordo<br>fortemente | Discordo<br>moderadamente | Discordo<br>ligeiramente | Não concordo<br>nem discordo | Concordo<br>ligeiramente | Concordo<br>moderadamente | Concordo<br>fortemente |
| <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>        | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/>  |

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

ID 311

8. "A generalidade das pessoas percebe melhor o que é e para que serve o design." \*

Discordo  
fortemente  
☐

Discordo  
moderadamente  
☐

Discordo  
ligeiramente  
☐

Não concordo  
nem discordo  
☐

Concordo  
ligeiramente  
☐

Concordo  
moderadamente  
☐

Concordo  
fortemente  
☐

ID 312

9. "Os poderes políticos e outros decisores percebem melhor a importância do design." \*

Discordo  
fortemente  
☐

Discordo  
moderadamente  
☐

Discordo  
ligeiramente  
☐

Não concordo  
nem discordo  
☐

Concordo  
ligeiramente  
☐

Concordo  
moderadamente  
☐

Concordo  
fortemente  
☐

ID 310

10. "A fama do design tem melhorado." \*

Discordo  
fortemente  
☐

Discordo  
moderadamente  
☐

Discordo  
ligeiramente  
☐

Não concordo  
nem discordo  
☐

Concordo  
ligeiramente  
☐

Concordo  
moderadamente  
☐

Concordo  
fortemente  
☐

### [ 03 - Sobre a percepção do papel do design ]

ID 291

11. Baseando-se na sua experiência parece-lhe que o **design** é mal compreendido? \*

Nunca  
☐

Raramente  
☐

Por vezes  
☐

Frequentemente  
☐

Sempre  
☐

ID 293

12. Baseando-se na sua experiência profissional, parece-lhe que a **função do designer** é mal compreendida? \*

Nunca  
☐

Raramente  
☐

Por vezes  
☐

Frequentemente  
☐

Sempre  
☐

Logic Show/hide trigger exists.

ID 294

13. Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas? \*

- ☐ Não, não é incompreendido
- ☐ Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas
- ☐ Sim, é mais incompreendido

Logic Dynamically shown if "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas or "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é mais incompreendido

ID 313

14. Acha que essa incompreensão é um problema grave? \*

(Escolha a resposta de que se sente mais próximo)

- ☐ Não, não é sequer um problema
- ☐ Não, é um problema que só afecta os profissionais do design
- ☐ Sim, é um problema grave que afecta os profissionais do design e a notoriedade da disciplina
- ☐ Sim, é um problema grave que afecta a função do design na sociedade

**Local** Dynamically shown if "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas or "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é mais incompreendido

**ID** 295

15. Acha que essa incompreensão se deve a quais das seguintes características da disciplina e da profissão? \*

(Seleccione todas as hipóteses que se apliquem)

- ☐ Ao seu carácter comercial
- ☐ Ao seu carácter artístico
- ☐ Ao seu carácter híbrido
- ☐ Às suas múltiplas manifestações
- ☐ À sua relativa juventude
- ☐ A outro(s) factor(es)

**Local** Dynamically shown if "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas or "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é mais incompreendido

**ID** 297

16. Na sua opinião, quem é responsável por essa incompreensão que afecta o design? \*

(Seleccione todas as hipóteses que se apliquem)

- ☐ os meios de comunicação social
- ☐ os poderes políticos
- ☐ as instituições de ensino
- ☐ os museus e outras instituições culturais
- ☐ as organizações profissionais de classe
- ☐ os designers
- ☐ todos são de alguma forma responsáveis
- ☐ ninguém é particularmente responsável

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função

VALIDATION Min. answers = 3 (if answered)

Logic Dynamically shown if "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é incompreendido, mas não é mais incompreendido do que a maior parte das actividades ou disciplinas or "Tendo em conta a sua visibilidade, acha que o design é mais incompreendido do que outras actividades ou disciplinas?" = Sim, é mais incompreendido

ID 298

17. E quem poderia dar um contributo decisivo para alterar essa percepção pública do design? \*

Arraste as respostas que considere adequadas (no mínimo três) para o quadro da direita e organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada. (Pode reorganizar as respostas depois das arrastar para o quadro da direita.)

Arraste os itens da lista à esquerda para a lista à direita

os meios de comunicação social

os poderes políticos

o sistema de ensino

os museus e outras instituições culturais

as organizações profissionais de classe

os designers

[ 04 · sobre os significados da palavra 'design' ]

ID 243

18. De cada um dos seguintes pares de palavras, escolha aquela que PARA SI melhor representa a essência do design. \*

	1	2	
essencial *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	superficial *
fútil *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	útil *
único *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	múltiplo *
claro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	obscuro *
prático *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	artístico *
universal *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	exclusivo *
comum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	incomum *
caro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	barato *
simples *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	complexo *

ID 146

19. De cada um dos seguintes pares de palavras escolha aquela que acha que **A GENERALIDADE DAS PESSOAS** mais frequentemente associa a **design**. \*

	1	2	
prático *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	artístico *
fútil *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	útil *
claro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	obscuro *
caro *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	barato *
essencial *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	superficial *
comum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	incomum *
universal *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	exclusivo *
único *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	múltiplo *
simples *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	complexo *

VALIDATION Min. answers = 5 (if answered)

ID 40

20. Das seguintes palavras quais são, para si, as que melhor *traduzem* a palavra '**design**'? \*

Arrastando-as para o quadro da direita, organize-as — de cima para baixo — da mais para a menos adequada. (Pode reorganizar as palavras depois das arrastar para o quadro da direita.)

Arraste os itens da lista à esquerda para a lista à direita

estilo	
aparência	
desenho	
projecto	
função	
funcionamento	
moda	
forma	
concepção	

Obrigado!

ID 1

A sua colaboração foi muito importante. Muito obrigado por ter respondido ao inquérito.

A questão do Design: (in)definições e equívocos entre forma, fama e função